

**PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP POLA
KONSUMSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN PERJUANGAN**

SKRIPSI

Oleh:

TANTI DWI HARDIYANTI

NIM. 51.15.3.080



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP POLA
KONSUMSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN PERJUANGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat Akademik
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Oleh:

TANTI DWI HARDYANTI

NIM. 51.15.3.080



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tanti Dwi Hardiyanti
NIM : 51.15.3.080
Tempat/tgl. Lahir : Lubuk Pakam/ 26 Desember 1997
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl.WR. Supratman Pasar IV Lubuk Pakam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP POLA KONSUMSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN PERJUANGAN”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 02 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan

Tanti Dwi Hardiyanti

NIM. 51.15.3.080

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP POLA
KONSUMSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN PERJUANGAN**

Oleh:

Tanti Dwi Hardiyanti

NIM. 51.15.3.080

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 02 Agustus 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Isnaini Harahap, MA

NIP. 1975 0720 200312 2 002

Aqwa Naser Daulay, S.E.I, M.S.I

NIB. 1100000091

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Dr. Marliyah, M. Ag.

NIP. 1976 0126 200312 2 003

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP POLA KONSUMSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN PERJUANGAN**” a.n. Tanti Dwi Hardiyanti, NIM. 51.15.3.080 Program Studi Ekonomi Islam telah di munaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 16 Agustus 2019. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada program studi Ekonomi Islam.

Medan 02 September 2019
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam UINSU

Ketua

Sekretaris

Zuhrinal M. Nawawi, M.A
NIP. 1976 0818 200710 1 001

Muhammad Lathief Ilhamy Nst, M.E.I
NIP. 1989 0426 201903 1 007

Anggota

1. Dr. Isnaini Harahap, M.A
NIP. 1975 0720 200312 2 002

2. Aqwa Naser Daulay, S.E.I, M.S.I
NIB. 1100000091

3. Dr. Andri Soemitra, M.A
NIP. 1976 0507 200604 1 002

4. Muhammad Irwan Padli Nst, ST, MM
NIP. 1975 0213 200604 1 003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Dr. Andri Soemitra, M.A
NIP. 1976 0507 200604 1 00

ABSTRAK

Tanti Dwi Hardiyanti NIM 51153080 (2019), “**Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan**”. Dengan pembimbing I Ibu Dr. Isnaini Harahap MA. dan pembimbing II Bapak Aqwa Naser Daulay SE.I, M.Si.

Banyaknya masyarakat yang berperilaku konsumtif dan tidak lagi memperhatikan kebutuhan yang seharusnya di dahulukan. Dan semakin tinggi pendapatan yang diterima seseorang maka semakin besar pengeluaran yang digunakan untuk konsumsi namun seseorang yang memiliki pendapatan rendah memiliki gaya hidup hidup yang cenderung konsumtif dan pola konsumsi berubah dari pemenuhan kebutuhan sekunder ke kebutuhan primer. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, dengan bantuan software SPSS versi 22. Berdasarkan hasil penelitian uji T menunjukkan hasil variabel pendapatan t_{hitung} sebesar 5,712 dan t_{tabel} sebesar 1,66071 dengan tingkat signifikan 0,000, dan variabel gaya hidup t_{hitung} sebesar 7,937 dan t_{tabel} sebesar 1,66071 dengan tingkat signifikan 0,000. Dan uji F menunjukkan hasil f_{hitung} sebesar 50,268 dan f_{tabel} sebesar 3,09 dengan tingkat signifikan 0,000. Ini menunjukkan bahwa pendapatan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan.

Kata Kunci: Pendapatan, Gaya Hidup, Pola Konsumsi, Masyarakat, Kebutuhan

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, Segala puji hanya milik Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia dan kekuatan dari-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sesuai dengan kemampuan penulis. Sholawat dan salam penulis hadiahkan kepada baginda Rasulullah SAW serta keluarga dan para sahabatnya.

Adapun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan”** yang diselesaikan untuk melengkapi tugas akhir dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU).

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menghadapi rintangan dan hambatan. Namun, Alhamdulillah berkat bimbingan dari Ibu Dr. Isnaini Harahap, MA. sebagai pembimbing I dan Bapak Aqwa Naser Daulay, SE.I, M.Si. sebagai pembimbing II penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih atas bimbingan yang telah diberikan. Serta penulis menyampaikan penghargaan dan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu hingga skripsi ini dapat diwujudkan.

Penulis menyampaikan terimakasih yang istimewa dan setulus-tulusnya kepada orang tua saya Ayahanda Buyung Renek, dan Ibunda Rostalina serta Ayahanda Budi Santoso yang telah mencurahkan kasih sayang serta doa yang tiada henti-hentinya demi kebaikan penulis di dunia dan di akhirat. Juga kepada saudara-saudara penulis Abangda Yudi Kandra Syahputra dan Arjuna yang telah memberikan dukungan dan doanya kepada penulis.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Marliyah, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Imsar, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Sri Sudiarti, MA selaku pembimbing akademik penulis yang membimbing dan membantu selama proses perkuliahan berlangsung sampai akhir.
6. Ibu Khairina Tambunan, MEI selaku dosen mata kuliah dan penguji seminar proposal, sekaligus dosen yang telah membantu membimbing dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang tak mampu dituliskan satu persatu yang telah ikhlas memberikan ilmu dan membimbing saya hingga saat ini.
8. Kepala/Pelaksana Tugas Kecamatan Medan Perjuangan, yang telah bersedia membantu dan memberikan waktunya kepada penulis untuk dapat melaksanakan penelitian.
9. Teman dekat penulis Mahrum Ahmad Yani Harahap yang menemani perjalanan saya dan saling membantu mulai dari bangku sekolah menengah sampai saat ini.
10. Kakak tersayang si kembar awo Ema Malini dan ngah Emi Malina yang sangat banyak membantu, mendukung, dan menghibur di sela-sela kondisi penulis.
11. Yuliza, Elsa Khairani Safitri Sinaga, Kak Risky Wahyuni Lubis, Mak Nurani Hati, Adinda Tri Princilia yang juga banyak menyemangati dan mendukung penulis dalam susah maupun senang.
12. Sahabat Kita-kita (Ardi, Aldi, Idham, Agung, Putro, Riduan, Alvi, Syahrur) yang memberi dukungan, pendapat, kritik dan saran serta mengajarkan arti persahabatan dan petualangan.
13. Nabil Syawab Al-Mujaddid selaku kosma EKI-A yang ikut membantu

penulis dan tempat berdiskusi mencari solusi.

14. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Islam A stambuk 2015 yang telah berjuang bersama-sama dan saling memberikan semangat dan bantuan satu sama lain dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
15. Ayahanda Sutan Alamsah dan Ibunda Zuraidah Sofyan orang tua dari sahabat penulis M. Ardi Rafian yang banyak mendukung dan membantu serta baik kepada kami selama masa kuliah sampai saat ini.
16. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah berkenan dalam memberikan waktu dan tenaganya kepada penulis.

Tiada kata yang lebih indah selain ucapan terimakasih, semoga Allah SWT membalas atas semua kebaikan dari Bapak/Ibu dan semua sahabat serta teman yang telah membantu dan mendukung penulis dan semoga yang diberikan menjadi amal shalih. Akhirnya, Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari segi bahasa, sistematika penulisan dan penyusunannya. Oleh karena itu, penulis masih menerima saran dan kritikan yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Disamping itu penulis juga berharap semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya. Aamiin Ya Rabbal Alamin..

Medan, 02 Agustus 2019

Penulis

Tanti Dwi Hardiyanti

NIM. 51.15.3.080

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Pola Konsumsi.....	10
1. Pengertian Konsumsi.....	10
2. Teori Konsumsi	11
3. Fungsi Konsumsi	15
4. Jenis-jenis Konsumsi.....	15
5. Konsumsi Prespektif Islam	16
6. Perilaku Konsumtif.....	29
7. Pengertian Pola Konsumsi	30
8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi	32
B. Pendapatan	35
1. Definisi Pendapatan.....	35
2. Menentukan Pendapatan	37
3. Sumber-sumber Pendapatan.....	37
4. Pendapatan dalam Perspektif Islam.....	38
5. Faktor Yang Menentukan Pendapatan.....	40
6. Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Konsumsi	41
C. Gaya Hidup.....	42
1. Pengertian Gaya Hidup.....	42

	2. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam.....	43
	3. Pengukuran Gaya Hidup.....	45
	4. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi.....	46
	D. Penelitian Terdahulu.....	48
	E. Kerangka Teoritis.....	53
	F. Hipotesis.....	54
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Pendekatan Penelitian	56
	B. Lokasi dan Waktu Penelitian	56
	C. Populasi dan Sampel.....	56
	D. Jenis Data	58
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	59
	F. Definisi Operasional.....	60
	G. Teknik Analisis Data	61
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambar Umum Kecamatan Medan Perjuangan	69
	B. Hasil Penelitian	71
	1. Identitas Responden	71
	2. Teknik Analisis Data	74
	C. Pembahasan Hasil Penelitian	90
	1. Pengaruh Pendapatan terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan	90
	2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan	91
	3. Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.....	91
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	93
	A. Kesimpulan.....	93
	B. Saran.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1 Pengeluaran Konsumsi Perbulan Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan Untuk Makanan dan Bukan Makanan.....	5
2.1 <i>Inventory</i> Gaya Hidup.....	46
2.2 Penelitian Terdahulu.....	48
3.1 Pengukuran Skala Likert.....	59
3.2 Definisi Operasional.....	60
3.3 Kriteria Reliabilitas Suatu Penelitian.....	63
4.1 Luas Wilayah dan Persentase Terhadap Luas Kecamatan Menurut Kelurahan Tahun 2017.....	70
4.2 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin.....	71
4.3 Identitas Responden Menurut Usia.....	71
4.4 Identitas Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	72
4.5 Identitas Responden Menurut Jenis Pekerjaan.....	73
4.6 Identitas Responden Menurut Jumlah Pendapatan.....	73
4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Pendapatan (X_1).....	74
4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup (X_2).....	76
4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Pola Konsumsi (Y).....	77
4.10 Uji Validitas Pendapatan (X_1).....	79
4.11 Uji Validitas Gaya Hidup (X_2).....	80
4.12 Uji Validitas Pola Konsumsi (Y).....	80
4.13 Perhitungan Realibilitas Variabel Pendapatan (X_1).....	81
4.14 Perhitungan Realibilitas Variabel Gaya Hidup (X_2).....	81
4.15 Perhitungan Realibilitas Pola Konsumsi (Y).....	82
4.16 Hasil Pengujian One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	83
4.17 Uji Multikolineartitas.....	84
4.18 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	86

4.19	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	87
4.20	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	88
4.21	Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2).....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
2.1	KerangkaTeoritis.....	53
4.1	Peta Lokasi Penelitian Kecamatan Medan Perjuangan...	69
4.2	Luas Wilayah Tiap Kelurahan di Kecamatan Medan Perjuangan Tahun 2017 (Km ²).....	70
4.3	Hasil Pengujian Normal Probability-Plot.....	84
4.4	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini disertai dengan semakin tingginya tingkat konsumsi di kalangan masyarakat. Pada awalnya konsumsi dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Namun saat ini konsumsi kehilangan fungsinya, konsumsi dilakukan bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari akan tetapi masyarakat melakukan konsumsi untuk memenuhi keinginan. Lebih memprihatinkan lagi jika masyarakat tersebut tidak mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan tidak terlepas pada pola perilaku konsumtif.¹

Kebutuhan hidup manusia selalu berkembang sejalan dengan tuntutan zaman, tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup saja, akan tetapi juga menyangkut kebutuhan lainnya seperti kebutuhan pakaian, rumah, pendidikan, kesehatan dan lain sebagainya. Konsumsi merupakan salah satu kegiatan ekonomi untuk memenuhi berbagai kebutuhan barang dan jasa. Kebutuhan pokok atau kebutuhan dasar merupakan kebutuhan yang sangat penting guna kelangsungan hidup manusia, baik yang terdiri dari kebutuhan atau konsumsi suatu individu maupun keperluan pelayanan sosial tertentu.

Kebutuhan manusia dapat terpenuhi salah satunya yaitu melalui kegiatan konsumsi, dimana konsumen akan mengalokasikan pendapatannya untuk pemenuhan kebutuhan. Konsumen mengkonsumsi kebutuhan tersebut juga di dasari faktor-faktor pendukung yang mencakup kebiasaannya atau gaya hidup setiap konsumen. Pendapatan merupakan suatu unsur penting dalam perekonomian yang berperan untuk meningkatkan derajat hidup orang banyak melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Besarnya pendapatan tergantung pada jenis pekerjaannya. Pendapatan seseorang juga dapat didefinisikan sebagai banyaknya penerimaan yang dinilai dengan satuan mata uang yang dapat dihasilkan seseorang atau suatu bangsa dalam periode tertentu.

¹ Sujanto Agus, *et.al.*, *Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: Aksara Baru, 2007), h. 47.

Pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi mempunyai hubungan yang erat, penghasilan seseorang merupakan faktor utama yang menentukan pola konsumsi. Dalam menyusun pola konsumsi, pada umumnya seseorang akan mendahulukan kebutuhan pokok, sedangkan kebutuhan primer dipenuhi pada saat tingkat penerimaan pendapatan meningkat. Pendapatan adalah jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu.

Pola konsumsi adalah susunan tingkat kebutuhan seseorang atau rumah tangga untuk jangka waktu tertentu yang akan dipenuhi dari penghasilannya. Dalam menyusun pola konsumsi, pada umumnya orang akan mendahulukan kebutuhan pokok. Misalnya untuk makan, pakaian, perumahan, kesehatan, dan pendidikan. Adapun kebutuhan lain yang kurang pokok baru akan dipenuhi jika penghasilannya mencukupi. Dengan kata lain, jika penghasilan seseorang berkurang, kebutuhan-kebutuhan yang kurang penting akan ditunda pemenuhannya. Pola konsumsi setiap orang atau rumah tangga berbeda, orang yang berpenghasilan rendah, pola konsumsinya berbeda dengan orang yang berpenghasilan tinggi.

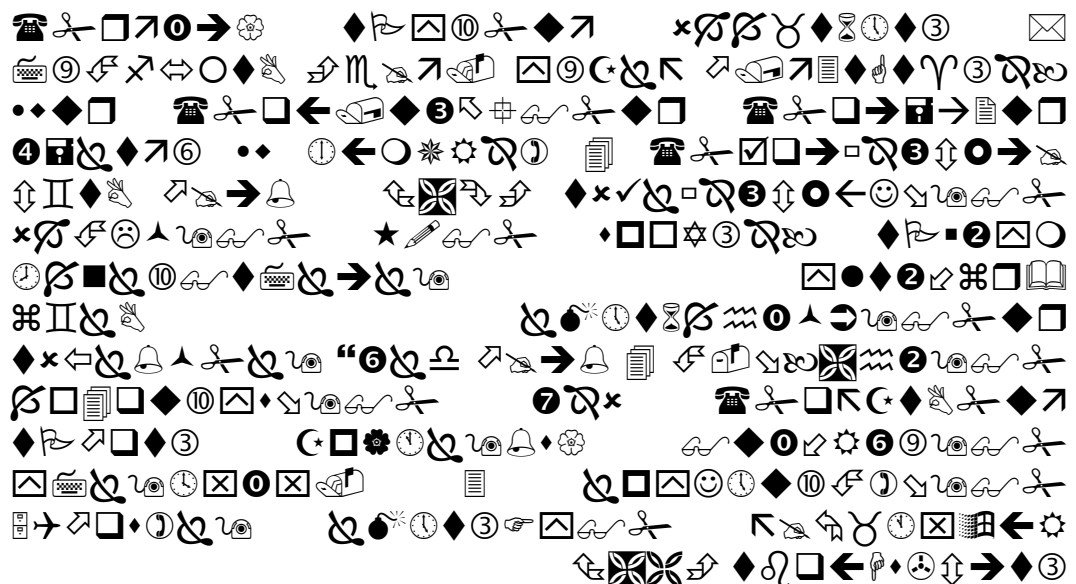
Salah satu faktor terjadinya perilaku konsumtif adalah faktor ekonomi yaitu pendapatan. Pendapatan yang berbeda-beda merupakan penentu utama konsumsi. Bahkan beberapa orang yang memiliki pendapatan sama, konsumsinya dapat berbeda. Semakin tinggi penghasilan yang diterima seseorang maka akan cenderung semakin besar pengeluaran yang digunakan untuk konsumsi.² Semakin tinggi pendapatan yang diterima seseorang maka akan cenderung semakin besar pengeluaran yang dilakukan untuk konsumsi. Namun, dalam kehidupan seringkali terjadi masyarakat yang berpendapatan rendah tingkat mengkonsumsi suatu barang tetap meningkat.

Hal ini di dukung oleh faktor yang dapat mempengaruhi pola konsumsi dibagi menjadi beberapa indikator, *Pertama*, tingkat pendapatan masyarakat yaitu tingkat pendapatan (Y) dapat digunakan untuk dua tujuan: konsumsi (C) dan

² Muhammad Abdul Azis, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2003-2007, Skripsi*. (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2009), h. 2.

tabungan (S), dan hubungan ketiganya dapat terbentuk dalam persamaan $Y = C + S$. Fungsi ini diartikan bahwa besar kecilnya pendapatan yang diterima seseorang akan mempengaruhi pola konsumsi. *Kedua*, selera konsumen. Setiap orang memiliki keinginan yang berbeda dan ini akan mempengaruhi pola konsumsi. *Ketiga*, harga barang yaitu jika harga suatu barang mengalami kenaikan, maka konsumsi barang tersebut akan mengalami penurunan. Sebaliknya jika harga suatu barang mengalami penurunan, maka konsumsi barang tersebut akan mengalami kenaikan. *Keempat*, tingkat pendidikan masyarakat. Tinggi rendahnya pendidikan masyarakat akan mempengaruhi terhadap perilaku, sikap dan kebutuhan konsumsinya. *Kelima*, jumlah keluarga. Besar kecilnya jumlah keluarga akan mempengaruhi pola konsumsinya. *Keenam*, lingkungan. Keadaan sekeliling dan kebiasaan lingkungan sangat berpengaruh pada perilaku konsumsi masyarakat.

Sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah SWT dalam surah Al-A'raf ayat 31-32 tentang prinsip dan pola konsumsi yang seharusnya, yaitu:



Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. Katakanlah: “Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezki yang baik?” Katakanlah: “Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk

mereka saja) di hari kiamat”. Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui.³

Sejalan dengan penjelasan tersebut, kota Medan sebagai kota metropolitan merupakan ibu kota dari provinsi Sumatera Utara, memiliki pola konsumsi masyarakat yang tergolong konsumtif dengan tingkat Upah Minimum Kota (UMK) sebesar Rp. 2.528.815. Salah satu kecamatan yang ada di kota Medan adalah kecamatan Medan perjuangan. Kecamatan ini dihuni oleh 96.711 penduduk. Penduduk Medan Perjuangan terdiri dari 47.774 orang laki-laki serta 48.937 orang perempuan. Berdasarkan kelompok umur, distribusi penduduk kecamatan Medan Perjuangan relatif lebih banyak pada penduduk usia produktif.

Medan Perjuangan berbatasan langsung dengan Medan Tembung & Medan Timur di sebelah utara, Medan Area & Kota di sebelah selatan, Medan Timur di sebelah barat dan Medan Tembung di sebelah timur. Medan Perjuangan merupakan salah satu kecamatan di Kota Medan yang mempunyai luas sekitar 4,56 km².⁴ Dalam bidang perindustrian, terdapat 6 industri besar sedang, 18 industri kecil dan 58 industri rumah tangga di kecamatan Medan Perjuangan. Sementara dalam bidang perdagangan terdapat 2 pasar, 18 pertokoan, 11 swalayan/mini market, 36 restoran/rumah makan, 263 warung makan/minum, 11 panti pijat/SPA, 23 tukang pangkas, dan 53 salon kecantikan. Medan perjuangan tidak jauh dari pusat kota serta dekat dengan Pasar Raya MMTC Kecamatan Percut Sei Tuan Deli Serdang.

Secara garis besar alokasi pengeluaran konsumsi masyarakat digolongkan ke dalam dua kelompok penggunaan yaitu pengeluaran untuk makanan (padi-padian, umbi-umbian, ikan/udang/cumi/kerang, daging, telur dan susu, sayur-sayuran, kacang-kacangan, buah-buahan, minyak dan kelapa, bahan minuman, bumbu-bumbuan, konsumsi lainnya, makanan dan minuman jadi) dan pengeluaran untuk bukan makanan (perumahan dan fasilitas rumah tangga, aneka barang dan jasa,

³ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, (Jakarta Timur: Darus Sunnah, Cet. 17, 2014), QS. Al-A'raf/7: 31-32, h. 155.

⁴Badan Pusat Statistik Kota Medan, *Kecamatan Medan Perjuangan dalam Angka 2018*, Katalog 1102001.1275.160, h. 3-19.

pakaian, alas kaki, dan tutup kepala, barang yang tahan lama, pajak, pungutan, dan asuransi, keperluan pesta dan upacara, serta rokok.

Tabel 1.1
Pengeluaran Konsumsi Perbulan Masyarakat Kecamatan Medan
Perjuangan Untuk Makanan dan Bukan Makanan

No.	Pendapatan	Konsumsi	
		Makanan	Bukan Makanan
1	Rp. 1.600.000	Rp. 450.000	Rp. 500.000
2	Rp. 1.300.000	Rp. 320.000	Rp. 400.000
3	Rp. 2.000.000	Rp. 530.000	Rp. 650.000
4	Rp. 2.800.000	Rp. 700.000	Rp. 900.000
5	Rp. 2.100.000	Rp. 550.000	Rp. 600.000

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan wawancara sementara dengan beberapa masyarakat kecamatan Medan Perjuangan yang berpendapatan rata-rata dibawah UMK Rp. 2.528.815, rata-rata pengeluaran konsumsi perbulan untuk makanan sebanyak lebih kurang Rp. 700.000 termasuk kebutuhan pokok seperti beras, sayur, dll. Sedangkan pengeluaran konsumsi untuk bukan makanan sebanyak Rp. 900.000 dalam sebulan termasuk bayar listrik, air, telepon, pakaian, dll.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengeluaran masyarakat digunakan untuk memenuhi kebutuhan bukan makanan, yang menggambarkan di daerah perkotaan porsi untuk keperluan makanan sudah mulai dialihkan untuk keperluan lain selain konsumsi makanan. Pola konsumsi berubah dari pemenuhan kebutuhan sekunder beralih ke pemenuhan kebutuhan primer. Hal tersebut bisa dilihat dari tabel diatas yang terus meningkat.

Gaya hidup masyarakat saat ini sudah mengikuti gaya hidup negara-negara maju, gaya hidup yang hedonis menyebabkan masyarakat berperilaku konsumtif, sebagai masyarakat yang berada di negara dengan mayoritas penduduk Islam

masyarakat Indonesia harus mampu membentengi diri agar tidak terbawa oleh lingkungan yang mengarah pada pola perilaku yang konsumtif. Indonesia harus mampu menjadikan masyarakatnya berperilaku sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, dan memiliki gaya hidup yang Islami, karena dengan jumlah penduduk muslim yang besar ini akan lebih mudah dalam menjalankan dan mengamalkan nilai-nilai Islam, lingkungan yang Islami mampu membentengi seseorang dari perbuatan atau perilaku yang menyimpang dari ajaran Islam.⁵

Gaya hidup merupakan pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup merupakan fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variable lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.⁶

Munculnya pusat-pusat perbelanjaan membuat masyarakat akan terdorong untuk berbelanja (*shopping*). Dengan mengikuti trend masa kini dan membeli sesuatu tidak lagi mempertimbangkan kebutuhan melainkan keinginan semata demi memenuhi gaya hidup. Misalnya pada bulan februari ia baru saja membeli pakaian. Namun bulan Maret muncul produk/merk terbaru yang lagi *trend* maka ia akan membelinya demi memenuhi gaya hidup agar tidak dikatakan ketinggalan zaman. Perkembangan *trend* yang sangat pesat ini membuat gaya hidup masyarakat semakin tertarik melakukan konsumsi secara terus menerus.

Konsumsi merupakan pembelian barang dan jasa oleh rumah tangga. Pengeluaran konsumsi seseorang merupakan bagian dari pendapatannya yang dibelanjakan. Sementara bagian pendapatan yang tidak dibelanjakan disebut dengan tabungan.⁷ Setiap individu melakukan pengeluaran konsumsi yang berbeda-beda. Besarnya pengeluaran konsumsi tersebut bervariasi, sehingga terdapat perbedaan tingkat konsumsi antara individu satu dengan yang lain. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi seseorang, dalam hal

⁵ Ummi Khozanah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Dalam Pandangan Islam "Survei Pada Pengurus dan Anggota Asbisindo di Jawa Barat"*, (Universitas Pendidikan Indonesia: 2014), h. 5.

⁶ James F. Engel, *et.al.*, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, Cet. 6, 1994), h. 383.

⁷ Dumairy, *Perekonomian Indonesia*, (Yogyakarta: Erlangga, 1999), h.114

ini tingkat konsumsi masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan. Faktor yang diduga berpengaruh terhadap tingkat konsumsi masyarakat Medan diantaranya faktor pendapatan dan gaya hidup.

Berdasarkan latar belakang fenomena diatas maka penulis untuk meneliti masalah yang terkait dengan pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan. Maka penulis mengangkat masalah tersebut dalam sebuah karya tulis berbentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang muncul. Adapun masalah-masalah yang muncul adalah sebagai berikut:

1. Tinggi rendahnya pendapatan mempengaruhi pola konsumsi masyarakat.
2. Pendapatan yang di peroleh sebagian digunakan untuk mengkonsumsi kebutuhan bukan makanan.
3. Gaya hidup yang dimiliki oleh masyarakat cenderung konsumtif.
4. Jika harga suatu barang mengalami kenaikan, maka konsumsi barang tersebut akan mengalami penurunan begitu juga sebaliknya.
5. Selera atau keinginan akan mempengaruhi pola konsumsi.
6. Tinggi rendahnya pendidikan masyarakat akan mempengaruhi terhadap perilaku, sikap dan kebutuhan konsumsinya.
7. Besar kecilnya jumlah keluarga akan mempengaruhi pola konsumsinya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, karena keterbatasan waktu, tenaga, serta biaya, penulis membatasi penelitiannya hanya berdasarkan teori Imam Syathibi yang menjelaskan tiga skala prioritas kebutuhan manusia dalam pola konsumsi yaitu dharuriyat, hajiyat, dan tahsiniyat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian batasan masalah di atas, pada penelitian kali ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Pendapatan berpengaruh terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan?
3. Apakah Pendapatan dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh Pendapatan terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Pola konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk banyak orang, adapun hal yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dan bisa digunakan sebagai wahana untuk mengkaji secara ilmiah tentang pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

b. Bagi Pihak yang Terkait

Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan untuk menentukan dasar kebijaksanaan dalam upaya memperbaiki pola konsumsi masyarakat, terutama pada masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

c. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan informasi dan referensi bagi yang membutuhkan pada masa yang akan datang untuk lebih menciptakan masyarakat yang lebih baik.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Pola Konsumsi

1. Pengertian Konsumsi

Konsumsi berasal dari bahasa Belanda yaitu *consumtie* yang berarti suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, barang maupun jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan sedangkan konsumen adalah individu-individu atau kelompok pengguna barang dan jasa. Perlu dibedakan antara konsumen dengan distributor. Konsumen membeli barang dan digunakan untuk diri sendiri, sedangkan distributor akan membeli barang dan menjualnya kepada orang lain.

Dalam ekonomi konvensional perilaku konsumsi dituntun oleh dua nilai dasar, yaitu rasionalisme dan utilitarianisme. Kedua nilai dasar ini kemudian membentuk suatu perilaku konsumsi yang hedonistik materialistik serta boros (*wastefull*). Karena rasionalisme ekonomi konvensional adalah *self interest*, perilaku konsumsinya juga cenderung individualistik sehingga seringkali mengabaikan keseimbangan dan keharmonisan sosial. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa prinsip dasar bagi konsepsi adalah “saya akan mengkonsumsi apa saja dan dalam jumlah berapapun, sepanjang anggaran saya memadai dan saya memperoleh kepuasan maksimum”.⁸

Pada dasarnya konsumsi dibangun atas dua hal yaitu kebutuhan (*need*) dan kegunaan atau kepuasan (*utility*). Dalam kajian teori ekonomi konvensional, *utility* sebagai pemilikan terhadap barang atau jasa digambarkan untuk memuaskan keinginan manusia. Padahal kebutuhan merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekadar keinginan (*went*). Kalau *went* ditetapkan berdasarkan konsep *utility*, maka *need* didasarkan pada

⁸ Tarigan, *Tafsir-tafsir Ayat Ekonomi*, h. 194.

konsep *masalah*. Karenanya semua barang dan jasa yang memberikan *masalah* disebut kebutuhan manusia.⁹

2. Teori Konsumsi

a. Teori Konsumsi John Maynard Keynes

Keynes membuat tiga dugaan tentang fungsi konsumsi. Pertama, Keynes menduga bahwa kecenderungan mengkonsumsi marginal (*marginal propensity to consume*) yaitu jumlah yang dikonsumsi dari setiap tambahan pendapatan adalah antara nol dan satu. Ia menyatakan bahwa manusia sudah pasti, secara alamiah dan berdasarkan rata-rata, untuk meningkatkan konsumsi ketika pendapatan mereka naik, tetapi tidak sebanyak kenaikan pendapatan mereka. Artinya, ketika orang-orang menerima tambahan pendapatan, mereka biasanya mengkonsumsi sebagian dan menabung sebagian. Dari asumsi Keynes tersebut menjelaskan pada saat pendapatan seseorang semakin tinggi maka semakin tinggi pula konsumsi dan tabungannya.

Kedua, Keynes menyatakan bahwa rasio konsumsi terhadap pendapatan, yang disebut kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*average propensity to consume*), turun ketika pendapatan naik. Ia percaya bahwa tabungan adalah kemewahan, sehingga ia menduga orang kaya menabung dalam proporsi yang lebih tinggi dari pendapatan mereka ketimbang si miskin.

Ketiga, Keynes berpendapat bahwa pendapatan merupakan determinan konsumsi yang penting dan tingkat bunga tidak memiliki peranan penting. Fungsi konsumsi Keynes sering ditulis sebagai:

$$C = C_0 + cY, C_0 > 0, 0 < c < 1$$

Keterangan:

C = konsumsi

Y = pendapatan disposebel

⁹ Fordebi & Adesy, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), h. 317-318.

C = konstanta

c = kecenderungan mengkonsumsi marginal¹⁰

b. Stagnasi Sekuler, Teka-Teki Konsumsi (Simon Kuznets)

1) Stagnasi Sekuler (Secular Stagnation)

Pemusatan perhatian pada dugaan Keynes bahwa kecenderungan mengkonsumsi rata-rata turun bila pendapatan naik. Beberapa ekonom membuat prediksi selama Perang Dunia II. Para ekonom ini beralasan bahwa bila pendapatan dalam perekonomian tumbuh sepanjang waktu, rumah tangga akan mengkonsumsi bagian yang semakin kecil dari pendapatan mereka. Para ekonom takut bahwa mungkin saja tidak ada proyek investasi yang cukup menguntungkan untuk menyerap seluruh tabungan ini.

Jika benar, maka konsumsi yang rendah akan mengakibatkan permintaan atas barang dan jasa yang tidak mencukupi, yang mengakibatkan depresi begitu permintaan masa perang dari pemerintah terhenti. Perekonomian akan mengalami apa yang mereka sebut stagnasi sekuler yaitu depresi panjang dalam durasi tanpa batas. Pada akhir Perang Dunia II, meskipun pendapatan jauh lebih tinggi setelah perang daripada sebelumnya, namun pendapatan yang lebih tinggi ini tidak meningkatkan tabungan dalam jumlah besar. Dugaan Keynes bahwa kecenderungan mengkonsumsi rata-rata akan turun ketika pendapatan naik ternyata tidak.¹¹

2) Teka-Teki Konsumsi (Simon Kuznets)

Simon Kuznets menemukan bahwa rasio konsumsi terhadap pendapatan cenderung stabil dari dekade ke dekade

¹⁰ N. Gregory Mankiw, *Principles of Economics "Pengantar Ekonomi Mikro"*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 447-448.

¹¹ *Ibid*, h. 449.

meskipun terdapat kenaikan yang besar dalam pendapatan. Temuan Kuznets menunjukkan bahwa kecenderungan mengkonsumsi rata-rata hampir konstan selama periode waktu yang panjang. Fakta ini menunjukkan teka-teki yang memotivasi diadakannya penelitian mengenai konsumsi.¹²

c. Pilihan Antarwaktu (Irving Fisher)

Ketika orang-orang memutuskan berapa banyak mengkonsumsi dan berapa banyak menabung, mereka mempertimbangkan masa kini dan masa depan. Semakin besar konsumsi yang mereka nikmati hari ini, semakin sedikit yang dapat mereka nikmati pada hari esok. Ketika mereka memutuskan berapa banyak akan mengkonsumsi hari ini dan berapa banyak yang akan ditabung untuk masa depan, mereka menghadapi batas anggaran antar waktu.¹³

d. Teori Konsumsi dengan Hipotesis Siklus Hidup

Franco Modigliani menekankan bahwa pendapatan bervariasi secara sistematis selama kehidupan seseorang dan tabungan membuat konsumen dapat mengalihkan pendapatan dari masa hidupnya ketika pendapatan tinggi ke masa hidup ketika pendapatan rendah. Satu alasan penting bahwa pendapatan bervariasi selama kehidupan seseorang adalah masa pensiun. Kebanyakan orang merencanakan akan berhenti bekerja pada usia kira-kira 65 tahun, dan mereka berekspektasi bahwa penghasilan mereka akan turun ketika pensiun. Tetapi mereka tidak ingin standar kehidupannya mengalami penurunan besar, sebagaimana diukur dengan konsumsi mereka. Untuk mempertahankan konsumsi setelah berhenti bekerja, orang-orang harus menabung selama masa-masa kerja mereka.¹⁴

¹²*Ibid.*

¹³*Ibid*, h. 450-451

¹⁴*Ibid*,h. 460-461.

e. Teori Konsumsi dengan Hipotesis Pendapatan Permanen

Milton Friedman menggunakan asumsi bahwa konsumen bersikap rasional dalam mengalokasikan pendapatan yang diperoleh selama hayatnya di antara kurun-kurun waktu yang dihadapinya serta menghendaki pola konsumsi yang kurang lebihnya merata dari waktuke waktu. Milton Friedman menarik kesimpulan bahwa konsumsi permanen seorang konsumen atau suatu masyarakat mempunyai hubungan yang positif dan proporsional dengan pendapatannya atau pendapatan mereka yang bersangkutan. Dalam bentuk matematik dapat diungkapkan:

$$C_p = kY_p$$

Dimana:

C_p = Konsumsi permanen

Y_p = Pendapatan permanen

k = Angka konstan yang menunjukkan bagian pendapatan permanen yang dikonsumsi. Ini berarti $0 < k < 1$.

f. Teori Konsumsi dengan Hipotesis Pendapatan Relatif

James Duesenberry mengemukakan pendapatnya bahwa pengeluaran konsumsi suatu masyarakat ditentukan terutama oleh tingginya pendapatan tertinggi yang pernah dicapainya. Ia berpendapat bahwa apabila pendapatan berkurang, konsumen tidak akan banyak mengurangi pengeluarannya untuk konsumsi. Untuk mempertahankan tingkat konsumsi yang tinggi ini, mereka terpaksa mengurangi besarnya *saving*. Kalau pendapatan bertambah lagi, konsumsi mereka juga akan bertambah.

Akan tetapi bertambahnya tidak begitu besar. Sedangkan mengenai *saving* akan bertambah besar dengan pesatnya. Kenyataan seperti ini akan terus kita jumpai sampai tingkat pendapatan tertinggi yang telah pernah tercapai dicapainya lagi. Sesudah puncak pendapatan sebelumnya telah dilalui, maka tambahan pendapatan akan

banyak menyebabkan bertambahnya pengeluaran untuk konsumsi, sedangkan di lain pihak, bertambahnya *saving* tidak begitu cepat.¹⁵

3. Fungsi Konsumsi

Fungsi konsumsi menunjukkan hubungan antara tingkat pengeluaran konsumsi dengan tingkat pendapatan. Sedangkan fungsi tabungan menunjukkan hubungan antara tingkat tabungan dengan tingkat pendapatan. Fungsi konsumsi dan tabungan dapat dinyatakan dalam persamaan:

- a. Fungsi konsumsi

$$C = a + b Y$$

- b. Fungsi tabungan

$$S = -a + (1-b)Y$$

Dimana a adalah konsumsi rumah tangga ketika pendapatannya nol, b adalah kecenderungan mengkonsumsi marginal, C adalah tingkat konsumsi, dan Y adalah tingkat pendapatan. Fungsi konsumsi dan tabungan dapat pula menunjukkan hubungan di antara konsumsi atau tabungan dengan pendapatan disposabel Y_d .¹⁶

4. Jenis-jenis Konsumsi

- a. Barang tidak tahan lama (*Non Durable Goods*) adalah barang yang habis dipakai dalam waktu pendek, seperti makanan dan pakaian.
- b. Barang tahan lama (*Durable Goods*) adalah barang yang memiliki usia panjang seperti mobil, televisi, alat-alat elektronik, ponsel dan lainnya.

¹⁵ Soediyono Reksoprayitno, *Ekonomi Makro "Analisa IS-LM dan Permintaan-Penawaran Agregatif"*, (Yogyakarta: Liberty, 1992), h. 163.

¹⁶ Paul A Samuelson, dan William D. Nordhaus, *Ilmu Mikroekonomi, Ed. 17*, (Jakarta: Media Global Edukasi 2003), h. 129-131.

- c. Jasa (*services*) meliputi pekerjaan yang dilakukan untuk konsumen oleh individu dan perusahaan seperti potong rambut dan berobat kedokter.¹⁷

5. Konsumsi Prespektif Islam

a. Pengertian Konsumsi dalam Islam

Konsumsi dalam ekonomi Islam dapat di definisikan dengan memakan makanan yang baik, halal, dan bermanfaat bagi manusia, pemanfaatan segala anugerah Allah Swt. di muka bumi, atau sebagai sebuah kebajikan, karena kenikmatan yang diciptakan Allah untuk manusia adalah wujud ketaatan kepada-Nya. Namun terminologi ini tidak berarti seorang konsumen dapat mengkonsumsi segala barang yang dikehendaki, tanpa memperhatikan kualitas dan kemurniannya, atau mengkonsumsi sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan hak-hak orang lain yang ada di dalamnya.

Karenanya, dalam kesederhanaan merupakan salah satu prinsip dasar dalam konsumsi. Konsumsi dalam Islam harus di landasi nilai-nilai spritualisme dan keseimbangan. Selain itu, konsumsi dalam Islam memiliki dua sisi, yaitu untuk diri sendiri dan orang lain, yaitu saudara seiman yang miskin melalui kegiatan infak. Perbedaan yang mendasar dengan konsumsi konvensional adalah tujuan pencapaian konsumsi itu sendiri dan cara pencapaiannya harus memenuhi pedoman syariah Islam.¹⁸

Dalam analisis konsumsi Islam, perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumsi seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat

¹⁷ Mankiw, N. Gregory, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 11.

¹⁸ Isnaini Harahap, *et.al., Hadis-hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 150-155.

Islam. Misalnya, apakah barang dan jasa yang dikonsumsi halal atau haram apa tujuan seorang muslim melakukan aktivitas konsumsi, bagaimana etika dan moral seorang muslim dalam berkonsumsi, bagaimana bentuk perilaku konsumsi seorang muslim dikaitkan dengan keadaan lingkungannya, dan sebagainya. Perilaku konsumsi seorang muslim harus didasarkan pada ketentuan Allah dan Rasul-Nya agar tercipta kehidupan manusia yang lebih sejahtera.¹⁹

Sebagaimana terdapat dalam firman Allah SWT dalam Surah Al-Baqarah/2: 168.



Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.²⁰

Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan yaitu:²¹

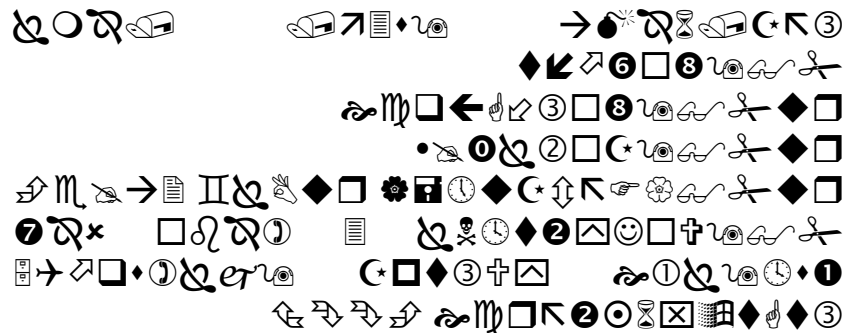
- 1) Manusia tidak kuat sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara. Keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah. Seorang muslim akan yakin bahwa Allah swt. akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya sebagaimana firman Allah dalam Surat An-Nahl ayat 11 yang menjelaskan bahwasanya Allah-lah yang telah menurunkan air

¹⁹ Amiruddin K, *Ekonomi Mikro "Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional"*, (Makasar: Alauddin University Press, 2013), h. 121-122.

²⁰ Departemen Agama RI, QS. Al-Baqarah/2: 168, h. 26.

²¹ Amiruddin, *Ekonomi Mikro*, h. 121-122.

dari langit, diantaranya untuk dikonsumsi manusia dan tumbuhan yang ada di bumi, dan Allah menumbuhkan tanaman dengan air itu yang darinya tumbuh bermacam-macam buah.



Artinya: Dia menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanam-tanaman; zaitun, korma, anggur dan segala macam buah-buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar ada tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memikirkan.²²

- 2) Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim. Dimana batas-batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktivitas konsumsi, bukan disebabkan pengaruh referensi semata yang mempengaruhi pola konsumsi seorang muslim.
- 3) Perilaku berkonsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka, dalam berperilaku dikondisikan untuk saling menghargai dan menghormati orang lain, yang perannya sama sebagai makhluk yang mempunyai kepentingan guna memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumsi dalam pandangan Islam akan melihat bagaimana suasana psikologi orang lain.

Dalam ekonomi Islam fungsi konsumsi terikat pada prinsip yang dinyatakan oleh Rasulullah saw. bahwa hakekat kepemilikan bagi seseorang ialah apa yang dimakan dan yang dikeluarkan zakat, infak dan sedekah (ZIS). Dari penjelasan ini, maka dapat dirumuskan suatu fungsi pendapatan dalam ekonomi Islam sebagai berikut:

²² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta Timur: Darus Sunnah, Cet. 17, 2014), QS. An-Nahl/16: 11, h. 269

$$Y = C + S + \text{Infaq}$$

$$Y = C + \text{Infaq} + S$$

Jika..... $FS = C + \text{Infaq}$

Maka..... $Y = FS + S$

Dimana..... $FS = \text{Final spending}$

Final spending (FS) adalah konsumsi yang dibelanjakan untuk keperluan konsumtif ditambah dengan pemelanaan untuk infaq. Sehingga *Final spending* pembelanjaan akhir seorang muslim. Allah SWT menyiapkan jalan yang sukar dan menjadikan hartanya tidak bermanfaat bagi orang-orang yang bakhil dengan harta yang dimilikinya dan merasa dirinya cukup, serta mendustakan pahala sehingga tidak mau bersedekah. Secara implisit persamaan tersebut mengisyaratkan bahwa penggunaan pendapatan tidak hanya untuk yang bersifat duniawi dan individualistis. Tetapi terdapat unsur infak yang pada hakekatnya ialah membantu orang lain. Dengan demikian dalam ekonomi Islam tidak dibenarkan konsumsi yang berlebihan dan individualistis. Sejalan dengan pandangan bahwa ketersediaan sumber daya dalam ekonomi Islam sesungguhnya tidak langka melainkan cukup, maka urutan permasalahan ekonomi tidak seperti dalam pandangan konvensional.²³

b. Teori-teori Konsumsi Menurut Islam

Adapun teori-teori konsumsi menurut Islam yaitu:²⁴

1) Teori Nilai Guna (*Utility*)

Di dalam teori ekonomi seseorang dalam melakukan konsumsi suatu barang dinamakan *utility* atau nilai guna. Kalau kepuasan semakin tinggi maka nilai gunanyasemakin tinggi pula, begitupun

²³ Sarwono, *Analisis Perilaku Konsumen Prespektif Ekonomi Islam*, dalam *Jurnal Inovasi Pertanian*, Vol. 8, No. 1, 2009), h. 45-46.

²⁴ Amiruddin, *Ekonomi Mikro*, h. 123-124.

sebaliknya semakin rendah kepuasan maka semakin rendah pula nilai gunanya. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan mempertimbangkan beberapa hal yaitu, barang yang dikonsumsi tidak haram termasuk di dalamnya berpekulasi menimbun barang dan melakukan kegiatan pasargelap, tidak mengandung riba, dan memperhitungkan zakat dan infaq. Oleh karena itu kepuasan seorang muslim tidak didasarkan atas banyak sedikitnya barang yang bisa dikonsumsi, tetapi lebih dikarenakan apa yang dilakukan Allah swt. dan menjauhi segala larangan-Nya.

Tindakan-tindakan yang merugikan, seperti pemborosan dilarang oleh Allah Swt. Allah menganjurkan hidup dalam keseimbangan yaitu tidak bersikap boros dan tidak pula kikir. Menurut Abu Said al-Khudri, yang diriwayatkan oleh Bukhari, Nabi menganjurkan umatnya untuk bersikap sederhana di dalam mengonsumsi.

Dalam hadits di atas dinyatakan bahwa memperturutkan kepuasan yang tidak terbatas akan merusak diri, bukan berarti seorang muslim dilarang mendapatkan kepuasan dari konsumsinya tetapi kepuasan seseorang muslim terbatas. Untuk mengetahui kepuasan seorang muslim dapat diilustrasikan dalam bentuk nilai guna. Nilai guna dibedakan menjadi dua, yaitu nilai guna total (*total utility*) merupakan jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dalam mengonsumsi sejumlah barang tertentu, dan nilai guna marginal (*marginal utility*) adalah pertambahan atau pengurangan kepuasan sebagai akibat dari pertambahan atau pengurangan penggunaan unit barang.

2) Teori Kebutuhan

Dalam menjalani kehidupan, manusia membutuhkan berbagai jenis barang-barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Manusia sejak lahir hingga meninggal dunia tidak terlepas dari kebutuhan akan

segala sesuatunya. Untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan diperlukan pengorbanan untuk mendapatkannya.

Yang perlu dilakukan masyarakat muslim adalah membedakan yang penting dan yang tidak penting dengan membagi semua barang dan jasa ke dalam tiga kategori, yaitu; kebutuhan, kemewahan, dan perantara.²⁵ Kebutuhan mengacu kepada semua barang dan jasa untuk memenuhi keinginan atau mengurangi tingkat kesulitan. Kemewahan mengacu kepada semua barang dan jasa yang diinginkan semata-mata untuk pamer dan tidak menciptakan perbedaan riil dalam kesejahteraan seseorang.

Ada lima macam hirarki kebutuhan dasar, yang senantiasa dialami seseorang individu menurut Maslow, yaitu:

a) Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*)

Kebutuhan fisiologis terdiri dari kebutuhan dasar, dan yang bersifat primer. Kadang-kadang mereka dinamakan kebutuhan-kebutuhan biologikal dalam lingkungan kerja modern dan termasuk di dalamnya keinginan untuk mendapatkan pembayaran (upah/gaji), libur, rencana-rencana pensiun, periode-periode istirahat, lingkungan kerja yang menyenangkan, penerangan yang baik dan pada tempattempat kerja tertentu fasilitas AC. Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan yang paling kuat dan mendesak yang harus dipenuhi paling utama oleh manusia dalam menjalankan kehidupan kesehariannya. Ini berarti bahwa pada diri manusia yang sangat merasa kekurangan segala-galanya dalam kehidupannya, besar sekali kemungkinan bahwa motivasi yang paling besar ialah kebutuhan fisiologis dan bukan yang lain-lainnya.

b) Kebutuhan Akan Rasa Aman (*Safety Needs*)

Setelah kebutuhan fisiologis terpenuhi, maka akan muncul kebutuhan akan keamanan, atau kebutuhan akan kepastian. Orang

²⁵ Umar Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi Islamisasi Ekonomi Kontemporer*, (Surabaya: Risalah Gusti, 1999), h. 305.

yang merasa tidak aman memiliki kebutuhan akan keteraturan dan stabilitas serta akan berusaha keras menghindari hal-hal yang bersifat asing dan tidak diharapkan. Kebutuhan akan keamanan merefleksikan keinginan untuk mengamankan imbalan-imbalan yang telah dicapai dan untuk melindungi diri sendiri terhadap bahaya, cedera, ancaman, kecelakaan, kerugian atau kehilangan. Pada organisasi-organisasi kebutuhan-kebutuhan demikian terlihat pada keinginan pekerjaan akan kepastian pekerjaan, sistem-sistem senioritas, serikat pekerja, kondisi kerja aman, imbalan-imbalan tambahan, asuransi, dan kemungkinan pensiun, tabungan, dan uang tunggu apabila terjadi hal-hal tertentu.

c) Kebutuhan Untuk Diterima (*Social Needs*)

Setelah kebutuhan fisiologikal dan keamanan selesai dipenuhi, maka perhatian sang individu beralih pada keinginan untuk mendapatkan kawan, cinta dan perasaan diterima. Sebagai makhluk sosial, manusia senang apabila mereka disenangi, dan berusaha memenuhi kebutuhan sosial pada waktu mereka bekerja, dengan jalan membantu kelompok-kelompok formal maupun informal, dan mereka bekerja sama dengan rekan-rekan sekerja mereka, dan mereka turut terlibat dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan dimana mereka bekerja.

d) Kebutuhan Untuk Dihargai (*Self Esteem Needs*)

Pada tingkatan keempat hierarki Maslow, terlihat kebutuhan individu akan penghargaan, atau juga dinamakan orang kebutuhan "ego". Kebutuhan ini berhubungan dengan hasrat yang untuk memiliki citra positif dan menerima perhatian, pengakuan, dan apresiasi dari orang lain. Dalam organisasi kebutuhan untuk dihargai menunjukkan motivasi untuk diakui, tanggung jawab yang besar, status yang tinggi, dan pengakuan atas kontribusi pada organisasi.

e) Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self Actualization*)

Kebutuhan ini adalah kebutuhan untuk mengalami pemenuhan diri, yang merupakan kategori kebutuhan tertinggi. Kebutuhan ini diantaranya adalah kebutuhan untuk mengembangkan potensi yang ada pada diri sendiri secara menyeluruh, meningkatkan kemampuan diri, dan menjadi orang yang lebih baik. Kebutuhan aktualisasi diri oleh organisasi dapat dipenuhi dengan memberikan kesempatan orang-orang untuk tumbuh, mengembangkan kreativitas, dan mendapatkan pelatihan untuk mendapatkan tugas yang menantang serta melakukan pencapaian.²⁶

Ada tiga jenis kebutuhan manusia, menurut Imam Syathibi yaitu:²⁷

a) Kebutuhan Primer (Dharuriyah)

Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan orang dan sifatnya wajib untuk dipenuhi. Seperti, sembako, rumah tempat tinggal, pakaian, dan lain sebagainya. Kebutuhan primer dalam Islam yaitu nafkah-nafkah pokok bagi manusia yang diperkirakan dapat mewujudkan lima tujuh syariat (memelihara jiwa, akal, agama, keturunan, dan kehormatan. Tanpa kebutuhan primer maka kehidupan manusia tidak akan berlangsung.

b) Kebutuhan sekunder (Hajiyat)

Kebutuhan sekunder adalah merupakan jenis kebutuhan yang diperlukan setelah semua kebutuhan pokok primer telah terpenuhi dengan baik. Kebutuhan sekunder sifatnya menunjang kebutuhan pokok. Misalnya seperti makanan yang bergizi, pendidikan yang baik, pakaian yang baik, perumahan yang baik, dan yang belum masuk dalam kategori mewah. Kebutuhan sekunder dalam Islam yaitu kebutuhan manusia untuk memudahkan kehidupan, jauh dari

²⁶ Iskandar, Implementasi Teori Hirarki Kebutuhan Abraham Maslow Terhadap Peningkatan Kinerja Pustakawan, dalam *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, Vol. 4 No.1, 2016, h. 27-28

²⁷ *Ibid*, h. 282.

kesulitan, kebutuhan ini tidak perlu dipenuhi sebelum kebutuhan primer terpenuhi.

c) Kebutuhan Tersier/mewah (Tahsinayat)

Kebutuhan tersier/mewah adalah kebutuhan manusia yang sifatnya mewah, tidak sederhana dan berlebihan yang timbul setelah terpenuhinya kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan tersier dalam Islam yaitu kebutuhan yang dapat menciptakan kebaikan dan kesejahteraan dalam kehidupan manusia. Pemenuhan kebutuhan ini bergantung pada kebutuhan primer dan sekunder dan semuanya berkaitan dengan syariat.

3) Teori Kesejahteraan menurut Imam Al-Ghazali

Seorang ulama besar Imam al-Ghazali telah memberikan sumbangsi yang besar dalam pengembangan dan pemikiran dunia Islam. Salah satunya adalah fungsi kesejahteraan sosial Islam. Begitu juga tentang pandangannya tentang peran aktivitas ekonomi secara umum. Menurut al-Ghazali, kesejahteraan (*maslahat*) dari suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar, yaitu Agama (*al-dien*), Hidup atau jiwa (*nafs*), Keluarga dan keturunan (*nasl*), Harta atau kekayaan (*mal*), dan Intelek atau akal (*aql*)

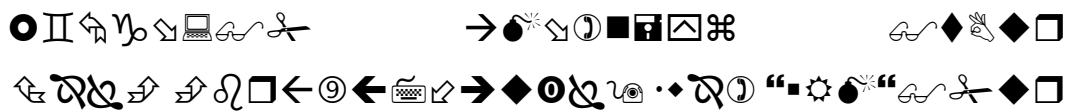
Al-Ghazali menitikberatkan bahwa sesuai tuntunan wahyu, “kebaikan dunia ini dan akhirat (*maslahat al-dien wa al-dunya*) merupakan tujuan utama. Ia mendefinisikan aspek ekonomi dari fungsi kesejahteraan sosialnya dalam kerangka sebuah hirarki utilitas individu dan sosial meliputi; kebutuhan (darurat), kesenangan atau kenyamanan (hajat), dan kemewahan. Walaupun keselamatan merupakan tujuan akhir, al-Ghazali tidak ingin bila pencarian keselamatan ini sampai mengabaikan kewajiban duniawi seseorang. Bahkan pencarian kegiatan-kegiatan ekonomi bukansaja diinginkan, tetapi merupakan keharusan bila ingin mencapai keselamatan.

c. Etika Islam dalam Konsumsi

Etika Islam dalam hal konsumsi terbagi menjadi beberapa yaitu sebagai berikut:²⁸

1) Tauhid (*Unity/Kesatuan*)

Dalam prespektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah swt.sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (*syariah*). Karena itu, orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintahnya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan (Allah) untuk umat manusia. Nilai ini adalah implementasi dari firman Allah dalam QS. Ad-Dzariat/51: 56.



Artinya: Dan aku tidak menciptakan Jin dan Manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku”.²⁹

Dan sesungguhnya Allah tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Nya, dan siapa yang menjalankan perintah-Nya akan dibalas dengan pahala yang sempurna dan siapa yang mendurhakai-Nya akan menerima siksaan yang pedih. Allah tidak membutuhkan apapun dari hamba-Nya, tetapi hamba-hamba-Nyalah yang membutuhkan pertolongan-Nya, karena Dialah pencipta mereka dan pemberi rezki kepada mereka.³⁰

Adapun dalam pandangan kapitalis, konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, dan pendapatan, tanpa mempedulikan dimensi spiritual, kepentingan orang lain dan tanggung jawab atas segala perilakunya, sehingga pada ekonomi konvensional

²⁸ Fordebi, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, h. 322-324.

²⁹ Departemen Agama RI, QS. Ad-Dzariat/51: 56, h. 523.

³⁰ Victory Agencie, *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid 7*, (Kuala Lumpur: Victory Agence, 2013), h. 350.

manusia diartikan sebagai individu yang memiliki sifat *Homo ecomonicus*.

2) Adil (*Equilibrium*/Keadilan)

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah swt. Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariah, sehingga disamping mendapatkan keuntungan materil, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Al-Qur'an secara tegas menekankan norma perilaku adil baik untuk hal-hal yang bersifat materil maupun spiritual menjamin adanya kehidupan yang berimbang antara kehidupan dunia dan akhirat. Oleh karenanya, dalam Islam konsumsi tidak hanya barang-barang yang bersifat duniawi semata, namun juga untuk kepentingan di jalan Allah.

3) *Free Will* (Kehendak Bebas)

Alam semesta merupakan milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-Nya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah. Atas karunia yang diberikan Allah manusia berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti bahwa manusia terbebas dari *qadha* dan *qadar* yang merupakan hukum sebab akibat yang di dasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah. Sehingga kebebasan dalam melakukan aktivitas haruslah tetap memiliki batasan agar tidak menzalimi pihak lain. Hal inilah yang tidak terdapat dalam ekonomi konvensional, sehingga yang terjadi kebebasan yang dapat mengakibatkan pihak lain menderita.

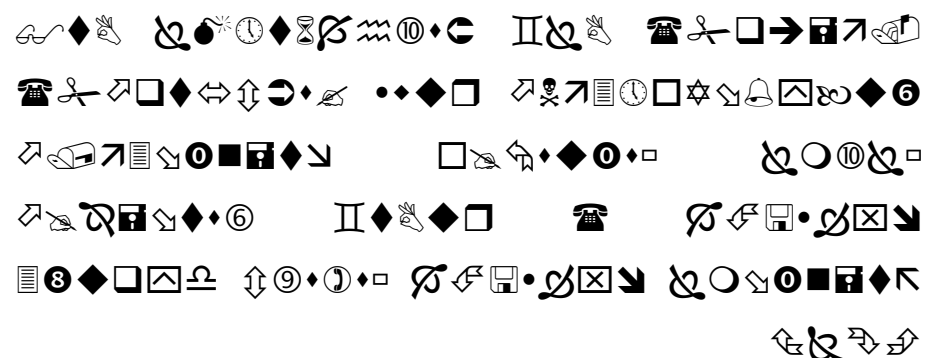
4) Amanah (*Responsibility*/Pertanggungjawaban)

Manusia merupakan khalifah atau pengemban amanah Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhalifahan ini dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat

sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam hal melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas tapi akan mempertanggungjawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun di akhirat kelak. Pertanggungjawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah namun juga kepada lingkungan. Karena itulah manusia tidak boleh semena-mena mengeksplorasi dan mengeksploitasi semua dan semauanya tanpa memerhatikan keberlangsungan ekosistem dan nilai-nilai ekonomis jangka panjang.

5) Halal

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat di konsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan, serta menimbulkan kemaslahatan untuk umat baik secara materil maupun spiritual. Sebaliknya benda-benda yang buruk, tidak suci (najis), tidak bernilai, tidak dapat digunakan dan juga tidak dapat dianggap sebagai barang-barang konsumsi dalam Islam bahkan dapat menimbulkan kemudharatan apabila dikonsumsi hukumnya terlarang. Sebagaimana terdapat dalam firman Allah QS.Thahaa/20: 81.



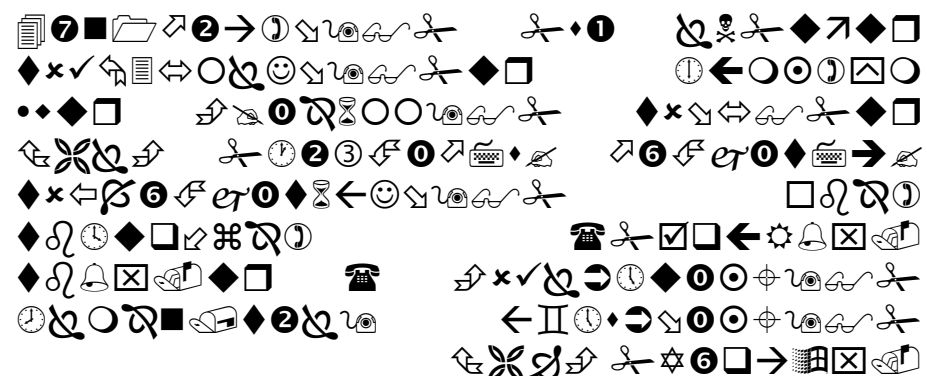
Artinya: Makanlah dari rezki yang baik-baik yang telah kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas, yang menyebabkan

kemurkaan-Ku menimpamu. Barang siapa ditmpa kemurkaan-Ku maka sungguh, binasalah dia”.³¹

Maksud dari ayat ini adalah makanlah dari rezki yang telah di anugerahkan kepada kalian dan janganlah berlebih-lebihan dalam melakukannya, dimana kalian mengambilnya di luar kebutuhan dan melanggar apa yang telah Aku (Allah) perintahkan kepada kalian, karena Aku (Allah) akan marah kepada kalian.³²

6) Sederhana

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih lebihan (bermewah-mewahan), yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturukan nafsu semata. Allah sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas. Sebagaimana terdapat dalam firman Allah dalam surah Al-Isra’/17: 26-27.



Artinya: 26) Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. 27) Sesungguhnya pemboros-pemboros

³¹ Departemen Agama RI, QS. Thaahaa/20: 81, h. 318.

³² Abdullah Muhammad Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir*, (Cet. I; Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2009), h. 173.

itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.³³

Konsumsi Islam senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum syariat yang mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharat baik bagi dirinya maupun orang lain.³⁴

Beberapa hal yang melandasi perilaku seorang muslim dalam berkonsumsi adalah berkaitan dengan urgensi, tujuan dan etika konsumsi. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh sebab itu, sebagian besar konsumsi akan di arahkan kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan tugasnya dalam kehidupan. Manusia di perintahkan untuk mengkonsumsi pada tingkat yang layak bagi dirinya, keluarganya dan orang paling dekat di sekitarnya.³⁵

6. Perilaku Konsumtif

Heru Nugroho mengatakan gaya hidup orang yang konsumtif lebih membelanjakan uangnya pada hal-hal yang tidak perlu, pada kebutuhan kebutuhan imajiner. Faktor kebudayaan adalah pembentukan yang paling dasar dari keinginan dan perilaku manusia paling banyak adalah belajar. Kelas sosial, kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa. Kelas sosial bukan ditentukan oleh satu faktor tunggal

³³ Departemen Agama RI, QS. Al-Isra'/17: 26-27, h. 285.

³⁴ M. Nur Arianto Al-Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi "Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional"*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 87.

³⁵ Pujiyono, *Teori Konsumsi Islam*, h. 4.

(pendapatan) tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan, dan variabel lainnya.

Dalam ekonomi Islam, konsumsi diakui sebagai salah satu perilaku ekonomi dan kebutuhan asasi dalam kehidupan manusia. Perilaku konsumsi diartikan sebagai setiap perilaku seorang konsumen untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun Islam memberikan penekanan bahwa fungsi perilaku konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia baik jasmani dan ruhani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba dan khalifah Allah untuk mendapatkan dunia dan akhirat.³⁶

7. Pengertian Pola Konsumsi

Pola konsumsi berasal dari kata pola dan konsumsi. Pola adalah bentuk (struktur) yang tetap (sumber), sedangkan konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh individu/kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi untuk memenuhi kebutuhan. Jadi, pola konsumsi adalah bentuk (struktur) pengeluaran individu/kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi sebagai pemenuhan kebutuhan.³⁷

Keteraturan pola konsumsi secara umum yang dilakukan oleh rumah tangga atau keluarga-keluarga miskin adalah membelanjakan pendapatan mereka terutama untuk memenuhi kebutuhan hidup berupa makanan dan perumahan. Setelah pendapatan meningkat, pengeluaran untuk makanan akan mengalami peningkatan juga. Akan tetapi, ada batasan terhadap uang ekstra yang digunakan untuk pengeluaran makanan ketika pendapatan naik. Oleh karena itu, ketika pendapatan semakin tinggi, proporsi total

³⁶M. Ridwan, dkk., *Keputusan Pembelian Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri, Medan 2018.

³⁷ Sri Mulyani, *Pola Konsumsi Non Makanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta: 2015.

pengeluaran yang dialokasikan untuk makanan akan mengalami penurunan. Kemudian pengeluaran-pengeluaran untuk barang yang sifatnya non makanan akan mengalami peningkatan seperti untuk pakaian, rekreasi dan kendaraan serta barang mewah.³⁸

Pola konsumsi yang dilakukan seseorang dapat dijadikan salah satu indikator dalam kesejahteraan rumah tangga. Pola konsumsi yang cenderung pada pengeluaran makanan merupakan gambaran masyarakat dengan kesejahteraan yang rendah, hal ini disebabkan karena rumah tangga yang memiliki pendapatan rendah hanya fokus untuk memenuhi kebutuhan pokoknya saja, seperti makanan. Sedangkan pola konsumsi yang cenderung pada pengeluaran non makanan merupakan gambaran masyarakat dengan kesejahteraan yang lebih baik, hal ini disebabkan karena rumah tangga yang memiliki pendapatan lebih tinggi dapat memenuhi kebutuhan makanan dan non makanan.³⁹

Pola konsumsi ialah berbagai informasi yang memberi gambaran mengenai macam dan jumlah bahan makanan yang dimakan setiap hari oleh satu orang yang merupakan ciri khas suatu kelompok masyarakat.⁴⁰

Pola konsumsi juga dapat diartikan sebagai tanggapan aktif manusia terhadap lingkungan alam maupun lingkungan sosial yang berkaitan erat dengan kehidupan kebudayaan masyarakat, dimana tanggapan aktif yang ada bisa dalam bentuk pemenuhan kebutuhan primer dan sekunder.⁴¹

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut di atas maka pola konsumsi dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi sifat kecenderungan pengeluaran keluarga yang dipergunakan untuk kebutuhan primer maupun sekunder, pangan dan non pangan, yang merupakan tanggapan manusia terhadap

³⁸ *Ibid.*

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Yulia Fatma, *Pola Konsumsi dan Gaya Hidup Sebagai Faktor resiko Terjadinya Hipertensi Pada Nelayan Di Kabupaten Bintan, Provinsi kepulauan Riau Tahun 2009*. Tesis. Yogyakarta: UGM, 2010.

⁴¹ Tika Restiyani, *Pola Konsumsi Rumah Tangga Pekerja Pembuat Lanting Di Desa Lemah Dhuwur Kecamatan Kuwarasan kabupaten Kebumen*. Skripsi. Yogyakarta: Perpustakaan FISE UNY, 2010.

lingkungan dan berkaitan dengan kehidupan kebudayaan masyarakat yang menjadi ciri khas dari kelompok masyarakat tersebut.

Pada dasarnya konsumsi dibangun atas dua hal yaitu kebutuhan (*need*) dan kegunaan atau kepuasan (*utility*). Dalam kajian teori ekonomi konvensional, *utility* sebagai pemilikan terhadap barang atau jasa digambarkan untuk memuaskan keinginan manusia. Padahal kebutuhan merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekadar keinginan (*went*). Kalau *went* ditetapkan berdasarkan konsep *utility*, maka *need* didasarkan pada konsep *masalah*. Karenanya semua barang dan jasa yang memberikan *masalah* disebut kebutuhan manusia.⁴²

Dalam teori ekonomi konvensional penggunaan pendapatan dilukiskan secara matematis $Y = C + S$, dimana Y ialah pendapatan, C ialah konsumsi dan S ialah sisa pendapatan yang tak dikonsumsi atau tabungan. Dengan demikian konsumsi tergantung pada pendapatan. Semakin besar pendapatan sekarang akan semakin besar juga konsumsinya, dan semakin tinggi tingkat kesejahteraannya. Teori ekonomi secara umum mengakui keberadaan teori ini menjadi legitimasi masyarakat bahwa tolak ukur kesejahteraan adalah tingkat pendapatan. Masyarakat akan berpikir bahwa tanpa menambah pendapatan, konsumsi tidak akan meningkat. Oleh karena itu setiap individu akan selalu berusaha dengan berbagai cara untuk meningkatkan pendapatannya.⁴³

8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi

Pendapatan rumah tangga merupakan faktor penting yang menentukan tingkat konsumsi dan tabungan. Hal tersebut didasarkan kepada pandangan Keynes yang berpendapat tingkat konsumsi dan tabungan terutama ditentukan oleh tingkat pendapatan rumah tangga. Walaupun pendapatan

⁴² Fordebi & Adesy, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), h. 317-318.

⁴³ Haroni Doli H. Ritonga, *Pola Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. 13, No. 3, 3 Juli, 2010), h. 89-90.

rumah tangga penting peranannya dalam menentukan konsumsi, peranan faktor-faktor lain tidak dapat diabaikan. Faktor lain yang mempengaruhi tingkat konsumsi dan tabungan rumah tangga diantaranya:⁴⁴

a. Kekayaan yang Telah Terkumpul

Sebagai akibat dari mendapat harta warisan, atau tabungan yang banyak sebagai akibat usaha di masa lalu, maka seseorang berhasil mempunyai kekayaan yang mencukupi. Dalam keadaan seperti itu ia sudah tidak terdorong lagi untuk menabung lebih banyak. Maka lebih besar bagian dari pendapatannya yang digunakan untuk konsumsi dimasa sekarang.

b. Suku Bunga

Suku bunga yang tinggi mendorong masyarakat untuk menabung lebih banyak dan mengurangi pengeluaran konsumsinya, karena tingkat bunga yang lebih tinggi akan memberikan tambahan pendapatan bagi penabung. Pada tingkat bunga yang rendah masyarakat cenderung menambah pengeluaran konsumsinya.

c. Sikap Berhemat

Berbagai masyarakat mempunyai sikap yang berbeda dalam menabung dan berbelanja. Ada masyarakat yang tidak suka berbelanja berlebih-lebihan dan lebih mementingkan tabungan. Tetapi ada pula masyarakat yang mempunyai kecenderungan mengkonsumsi lebih tinggi.

d. Keadaan Perekonomian

Dalam perekonomian yang tumbuh dengan teguh dan tidak banyak pengangguran, masyarakat berkecenderungan melakukan pengeluaran yang lebih aktif. Mereka mempunyai kecenderungan berbelanja lebih banyak pada masa kini dan kurang menabung. Tetapi dalam keadaan kegiatan perekonomian yang lambat perkembangannya, sikap masyarakat dalam menggunakan uang dan pendapatannya menjadi makin berhati-hati.

e. Distribusi Pendapatan

⁴⁴ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Makroekonomi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1999), h. 119-120.

Dalam masyarakat yang distribusi pendapatannya tidak merata, lebih banyak tabungan akan dapat diperoleh. Dalam masyarakat yang demikian, sebagian besar pendapatan nasional dinikmati oleh segolongan kecil penduduk yang sangat kaya, dan golongan masyarakat ini mempunyai kecenderungan menabung yang tinggi. Segolongan besar penduduk mempunyai pendapatan yang hanya cukup membiayai konsumsinya dan tabungannya adalah kecil. Dalam masyarakat yang distribusi pendapatannya lebih seimbang tingkat tabungannya relatif sedikit karena mereka mempunyai kecenderungan mengkonsumsi yang tinggi.

Selanjutnya terdapat 3 penyebab perubahan tingkat pengeluaran konsumsi diantaranya:⁴⁵

a. Penyebab Faktor Ekonomi

1) Pendapatan

Semakin tinggi pendapatan maka biasanya pengeluaran konsumsikan mengalami peningkatan.

2) Perkiraan Masa Depan

Orang yang was-was tentang nasibnya di masa yang akan datang akan menekan konsumsi. Misalnya orang yang hampir pensiun, ataupun ada anggota keluarganya yang sakit dan butuh banyak biaya perobatan.

b. Penyebab Faktor Demografi

1) Komposisi Penduduk

Dalam suatu wilayah, jika jumlah penduduk usia kerja produktif ada banyak maka tingkat konsumsi wilayah tersebut akan tinggi. Jika penduduk yang tinggal di kota ada banyak maka konsumsi suatu daerah akan tinggi. Jika tingkat pendidikan sumber daya manusia di suatu wilayah tinggi, maka biasanya pengeluaran wilayah tersebut menjadi tinggi.

2) Jumlah Penduduk

⁴⁵Sutanti, *Analisis Konsumsi Masyarakat Propinsi Sumatera Utara*, (Tesis, Universitas Negeri Medan, 2011), h. 28.

Daerah yang memiliki jumlah penduduk banyak maka tingkat konsumsinya tinggi. Sedangkan daerah yang memiliki jumlah penduduk sedikit maka tingkat konsumsinya rendah.

c. Penyebab/Faktor Lain

1) Kebiasaan Adat Sosial Budaya

Di daerah yang memegang teguh adat istiadat untuk hidup sederhana biasanya akan memiliki tingkat konsumsi yang rendah. Sedangkan daerah yang memiliki kebiasaan gemar melakukan pesta adat biasanya tingkat konsumsinya tinggi.

2) Gaya Hidup Seseorang

Seseorang yang menyukai gaya hidup yang mewah maka tingkat konsumsinya tinggi.

B. Pendapatan

1. Definisi Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya).⁴⁶ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.⁴⁷

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Reksoprayitno mendefinisikan bahwa pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu.⁴⁸

Pendapatan merupakan faktor penentu konsumsi masyarakat. Semakin tinggi pendapatan seorang konsumen maka semakin tinggi daya belinya

⁴⁶Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), h. 185.

⁴⁷BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), h. 230.

⁴⁸ Reksoprayitno, *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*, (Jakarta: Bina Grafika, 2004), h. 79.

untuk dikonsumsi sehingga permintaan terhadap barang akan meningkat. Sebaliknya, jika semakin rendah pendapatan maka semakin rendah pula daya beli konsumen, dan akhirnya permintaan terhadap barang untuk dikonsumsi juga menurun.⁴⁹

Soerkartawi menjelaskan pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan beras yang dikonsumsi adalah kualitas yang kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka konsumsi beras menjadi kualitas yang lebih baik.⁵⁰

Faktor pendapatan, sebagaimana menurut Engel yang menyatakan bahwa pada saat pendapatan masyarakat seseorang meningkat, maka proporsi pendapatan yang dihabiskan untuk membeli makanan semakin berkurang, bahkan jika pengeluaran aktual untuk makanan itu sendiri meningkat. Sehingga faktor pendapatan memiliki pengaruh terhadap pergeseran pola konsumsi suatu rumah tangga.⁵¹

Salah satu faktor dalam menentukan pola permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa adalah pendapatan masyarakat. Pada umumnya, perubahan yang terjadi terhadap pendapatan akan selalu menimbulkan perubahan permintaan terhadap suatu barang. Secara umum, apabila pendapatan seorang konsumen meningkat maka permintaan terhadap suatu barang tertentu juga akan meningkat maka permintaan terhadap suatu barang tertentu juga akan meningkat, dengan asumsi faktor lain dianggap tetap. Berdasarkan sifat perubahan permintaan apabila

⁴⁹ DpbS dan P3EI-UII, *Teks Book Ekonomi Islam*, (Jakarta: Universitas Islam Indonesia, 2007), h. 159.

⁵⁰ Soerkartawi, *Faktor-Faktor Produk*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h. 132.

⁵¹ James F. Engel & Roger D. Blackwell & Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*. Jilid I, Edisi 6, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), h. 106.

pendapatan berubah, maka berbagai macam barang dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Barang Normal adalah barang yang mengalami kenaikan permintaan apabila terjadi kenaikan pendapatan.
- b. Barang Inferior adalah suatu barang dinamakan sebagai barang inferior apabila permintaan terhadap barang tersebut meningkat ketika pendapatan masyarakat lebih rendah dan sebaliknya akan berkurang permintaanya ketika pendapatan meningkat.
- c. Barang esensial (pokok) adalah barang yang sangat penting artinya bagi kehidupan masyarakat sehari-hari.
- d. Barang mewah. Pada umumnya barang-barang mewah adalah barang-barang yang dikonsumsi oleh masyarakat yang berpenghasilan relatif tinggi, dimana kelompok konsumen ini telah memenuhi kebutuhan pokoknya berupa sandang, pangan, dan perumahan.⁵²

2. Menentukan Pendapatan

Pendapatan yang riil, yaitu pendapatan pokok, pendapatan tambahan dan pendapatan lainnya.

- a. Pendapatan pokok adalah pendapatan yang bersifat periodik atau semi periodik. Jenis pendapatan ini merupakan sumber pokok yang bersifat permanen.
- b. Pendapatan tambahan adalah pendapatan rumah tangga yang dihasilkan anggota rumah tangga yang bersifat tambahan, seperti membuka usaha sampingan.

⁵² Muslimin Kara, *et.al.*, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Alauddin University Press: 2009), h. 86-87.

- c. Pendapatan lain-lain adalah pendapatan yang tidak terduga. Pendapatan lain-lain berupa bantuan dari orang lain, ataupun bantuan yang diberikan oleh pemerintah.⁵³

3. Sumber-Sumber Pendapatan

Selain klasifikasi terdapat beberapa sumber penerimaan rumah tangga yang dibagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut:

- a. Pendapatan dan gaji upah adalah balas jasa terhadap kesediaan menjadi tenaga kerja, besar gaji atau upah seseorang secara teoritis sangat tergantung dari produktivitasnya.
- b. Pendapatan dari aset produktif adalah aset yang memberikan masukan atas balas jasa penggunaannya. Ada dua kelompok aset produktif. Pertama, aset finansial (*financial asset*) seperti deposito yang menghasilkan pendapatan saham yang mendapatkan deviden dan keuntungan atas modal atau (*capital gain*) bila diperjualbelikan. Kedua, aset bukan finansial (*Realasset*) seperti rumah yang memberikan penghailan sewa.
- c. Pendapatan dari pemerintah atau penerimaan transfer adalah pendapatan yang diterima bukan sebagai balas jasa atas input yang diberikan. Negara-negara yang telah maju penerimaan transfer diberikan dalam bentuk bantuan.⁵⁴

4. Pendapatan dalam Perspektif Islam

Upah atau pendapatan bermakna apa yang diperoleh dari balasan suatu perbuatan baik yang bersifat duniawi ataupun ukhrawi. Balasan atau upah yang bersifat ukhrawi adalah ganjaran atau pahala yang diperoleh seseorang atas amal saleh yang ia kerjakan selama di dunia.⁵⁵

⁵³ Akram Rihda, *Pintar Mengelola Keuangan Keluarga Sakinah*, cet.1 (Solo:Tayiba Media, 2014), h. 118-119.

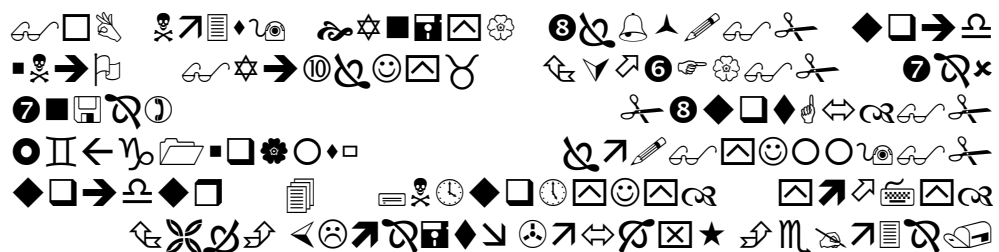
⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, (Medan: Febi Uin-Su Press, 2016), h. 142.

Pendapatan dalam Islam adalah penghasilan yang diperoleh harus bersumber dari usaha yang halal. Pendapatan yang halal akan membawa keberkahan yang diturunkan oleh Allah. Harta yang didapat dari kegiatan yang tidak halal, seperti mencuri, korupsi dan perdagangan barang harambukan hanya akan mendatangkan bencana atau siksa didunia namun juga siksa diakhirat kelak. Harta yang diperoleh secara halal akan membawa keberkahan didunia akan keselamatan diakhirat.⁵⁶

Adapun distribusi pendapatan dalam Islam menduduki posisi yang penting karena pembahasan distribusi pendapatan tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi akan tetapi juga berkaitan dengan aspek sosial dan politik. Dalam Islam telah dianjurkan untuk melaksanakan zakat, infak dan shadaqah dan lain sebagainya. Islam tidak mengarahkan distribusi pendapatan yang sama rata, letak pemerataan dalam Islam adalah keadilan atas dasar masalah; dimana di antara satu orang dengan orang lain dalam kedudukan sama atau berbeda, mampu atau tidak mampu bisa saling menyantuni, menghargai dan menghormati peran masing-masing.

Dalam pengakuan Islam kepemilikan manusia hanya diberi hak yaitu hanya berwenang untuk memanfaatkan sedangkan pemilik yang hakiki dan absolut hanyalah Allah swt. seperti dalam firman-Nya dalam QS. Al-Baqarah/2: 29.



⁵⁶ Almalia, "Sinergitas Pendidikan Dan Pendapatan Dalam Strategi Manajemen Keuangan Keluarga Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam", (Skripsi Program Ekonomi Islam IAIN Raden Intan Lampung Bandar Lampung, 2015), h. 32.

Artinya: Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan dia berkehendak menciptakan langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit! Dan Dia Maha Mengetahui segala-sesuatu.⁵⁷

Dalam pemanfaatan yang dilakukan manusia dapat dilakukan dengan memanfaatkan harta sebagai makanan untuk kepentingan jasmani juga memanfaatkan ciptaan Allah untuk memenuhi kebutuhan ruhani, yakni dengan cara memikirkan kekuasaan Allah melalui ciptaan-Nya. Hal ini dilakukan jika cara memanfaatkan yang pertama sudah di luar batas kemampuan manusia. Dengan demikian bahwa pada asalnya seluruh makhluk di dunia ini boleh dimanfaatkan.

Berdasarkan ayat dan tafsir yang di kemukakan oleh Ahmad Mustafa dapat disimpulkan bahwa semua sumber daya alam adalah anugerah dari Allah bagi umat manusia, maka tidak ada alasan kekayaan sumber daya tersebut terkonsentrasi pada beberapa pihak saja. Islam menekankan keadilan distributif dan menerapkan dalam sistem ekonomi program untuk redistribusi pendapatan dan kekayaan sehingga setiap individu mendapatkan jaminan standar kehidupan. Dalam Islam semua orang memiliki hak yang sama dalam kekayaan yang dimiliki masyarakat.⁵⁸

Distribusi pendapatan dalam konteks rumah tangga akan sangat terkait dengan terminologi *shadaqah*. Pengertian *shadaqah* disini bukan berarti sedekah dalam konteks pengertian bahasa Indonesia. Karena *shadaqah* dalam konteks terminologi Al-Qur'an dapat dipahami dalam dua aspek, yaitu:

a. *Shadaqah Wajibah Shadaqah Wajibah*

Yang berarti bentuk-bentuk pengeluaran rumah tangga yang berkaitan dengan instrumen distribusi pendapatan berbasis kewajiban. Untuk kategori ini bisa berarti kewajiban personal seseorang sebagai muslim.

⁵⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta Timur: Darus Sunnah, Cet. 17, 2014), QS. Al-Baqarah/2: 29, h. 6.

⁵⁸ Ahmad Mustafa Al-Maragi, *Terjemah Tafsir Al-Maragi Juz 1*, (Semarang: Karya Toha Putra, 1987), h. 128.

b. *Shadaqah Nafilah* (sunah)

Shadaqah Nafilah yang berarti bentuk bentuk pengeluaran rumah tangga yang berkaitan dengan instrumen distribusi pendapatan berbasis amal karitatif, seperti sedekah.⁵⁹

5. Faktor yang Menentukan Pendapatan

Faktor-faktor yang membedakan upah atau pendapatan di antara pekerja-pekerja di dalam suatu jenis kerja dan golongan pekerjaan tertentu yaitu:

- a. Perbedaan corak permintaan dan penawaran dalam berbagai jenis pekerjaan, ketika dalam suatu pekerjaan terdapat penawaran tenaga kerja yang cukup besar tetapi tidak banyak permintaannya, maka upah cenderung mencapai tingkat rendah begitu juga sebaliknya;
- b. Perbedaan dalam jenis-jenis pekerjaan, pada golongan pekerjaan yang memerlukan fisik dan berada dalam keadaan yang tidak menyenangkan akan menuntut upah yang lebih besar dari pekerjaan yang ringan dan mudah dikerjakan;
- c. Perbedaan kemampuan, keahlian dan pendidikan, sehingga pekerja yang lebih tinggi pendidikannya memperoleh pendapatan yang lebih tinggi karena pendidikannya mempertimbangkan kemampuan kerja yang akan menaikkan produktivitas;
- d. Terdapatnya pertimbangan bukan keuangan dalam memilih pekerjaan;
- e. Ketidak sempurnaan dalam mobilitas tenaga kerja, dalam faktor ini mobilitas kerja terjadi karena dua faktor yaitu faktor institusional dan faktor geografis.⁶⁰

⁵⁹ Mustafa Edwin Nasution Dkk, *Pengalaman Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2010) h. 135-136.

⁶⁰ Sadono Sukirno, *Makroekonomi: Teori Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 364-366

6. Pengaruh Pendapatan terhadap Pola Konsumsi

Pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Bahkan seringkali di jumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum adanya penambahan pendapatan, beras yang dikonsumsi adalah beras dengan kualitas kurang baik, akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka kualitas beras yang dikonsumsi menjadi lebih baik. Apabila naiknya pendapatan konsumen, konsumsinya terhadap suatu barang semakin besar, ini dapat diartikan barang itu merupakan barang rekreasi. Sedangkan bila dengan meningkatnya pendapatan konsumen, jumlah suatu barang yang konsumsinya relatif tetap, maka barang tersebut merupakan barang kebutuhan sehari-hari.⁶¹

Pendapatan berpengaruh terhadap besarnya pengeluaran konsumsi seseorang. Karena untuk membeli barang-barang konsumsi, individu menggunakan pendapatannya. Semakin tinggi pendapatan maka biasanya pengeluaran konsumsi akan mengalami peningkatan. Seseorang yang memiliki pendapatan lebih tinggi maka ia mempunyai lebih banyak uang yang bisa ia gunakan untuk melakukan konsumsi. Sehingga semakin tinggi pendapatan, maka biasanya semakin tinggi pula tingkat konsumsi seseorang. Oleh karena itu pendapatan dapat mempengaruhi tinggi pola konsumsi seseorang.

C. Gaya Hidup

Konsumsi dipandang bukan sebagai sekedar pemenuhan kebutuhan yang bersifat fisik dan biologis manusia, tetapi berkaitan dengan aspek-aspek sosial budaya. Konsumsi berhubungan dengan masalah selera, identitas, atau gaya

⁶¹ M.Suparmoko, *Teori Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2011), h. 241.

hidup.⁶² Orang-orang yang berasal dari sub kultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang di dunia yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen.⁶³

1. Pengertian Gaya Hidup

Gaya Hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).⁶⁴

Gaya hidup di definisikan secara sederhana sebagaimana seseorang hidup. Gaya hidup juga dipergunakan untuk menguraikan tiga tingkat agregasi orang berbeda: individu, sekelompok kecil orang yang berinteraksi, dan kelompok orang yang lebih besar. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka.⁶⁵

Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Gaya hidup lebih menunjukkan pada bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang, dan bagaimana memanfaatkan waktunya. Kepribadian

⁶² Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), h. 135.

⁶³ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 10.

⁶⁴ Gary Amstrong, & Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, Jilid 1, 2002), h. 192.

⁶⁵ Prasetijo Ristiayanti dan John J.O.I Ihalaui, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), h. 56.

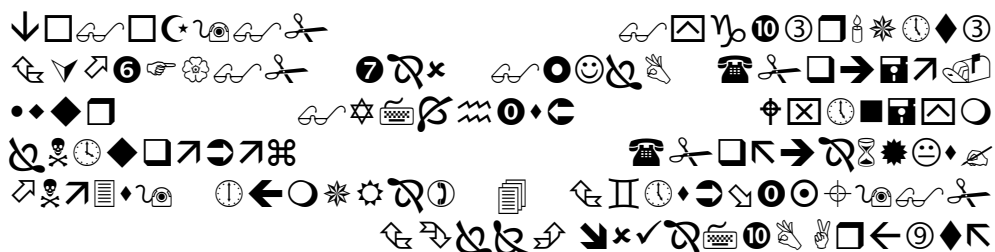
lebih merujuk pada karakteristik internal. Meskipun keduanya merupakan konsep yang berbeda, namun sebagai karakteristik psikologi yang melekat pada individu, keduanya terkait erat. Misalnya konsumen yang memiliki karakteristik berani mengambil resiko mungkin akan memilih aktivitas yang spekulatif seperti berspekulasi di pasar modal, mendaki gunung, atau lainnya, yang ini sangat tidak mungkin dilakukan oleh konsumen yang kurang berani menerima resiko.⁶⁶

2. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam

Islam sebagai pedoman hidup tidak menonjolkan standar atau sifat kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi, melainkan lebih menonjolkan aspek normatif, kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi menurut Islam harus berlandaskan pada tuntunan Islam itu sendiri. Dalam hal ini Muhammad Nejatullah Siddiqi mengatakan:

Konsumen harus puas akan perilaku konsumsinya dengan mengikuti norma-norma Islam, konsumen muslim seharusnya tidak mengikuti gaya konsumsi *Xanthous* (orang-orang berkulit kekuning-kuningan dan berambut kecoklat-coklatan) yang berkarakteristik mengikuti hawa nafsu.⁶⁷

Hal ini diperkuat dengan prinsip dasar dari perilaku konsumsi dalam firman Allah QS.al-Baqarah/2: 168.



Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah

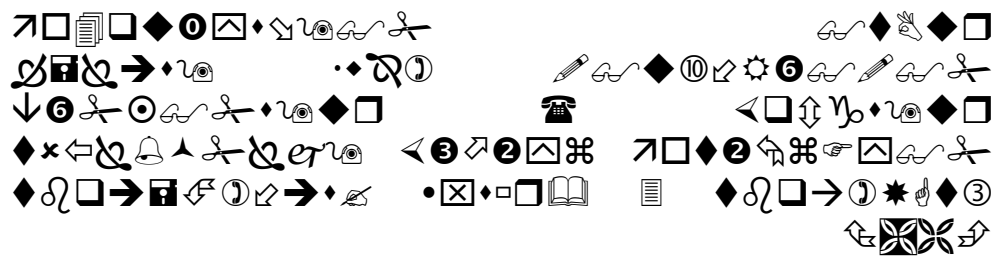
⁶⁶ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 73.

⁶⁷ Muhammad Nejatullah, *The Economic enterprise*, terj. Anas Sidik, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, Cet. 2, 1996), h. 95.

syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.⁶⁸

Dari yang telah diuraikan diatas dapat dijelaskan bahwa prinsip perilaku konsumsi yang memberikan kepuasan kepada konsumen menurut Islam adalah barang-barang yang dikonsumsi harus halal dan suci dan tidak mengikuti hawa nafsu dan langkah-langkah setan pada setiap tindakan konsumsinya.

Hal ini sejalan dengan firman Allah berikut ini dalam QS. Al-An'am/6: 32.



Artinya: Dan Tiadalah kehidupan dunia ini, selain dari main-main dan senda gurau belaka dan sungguh kampung akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertaqwa. Maka tidakkah kamu memahaminya?⁶⁹

Ayat ini menjelaskan bahwa kehidupan secara umum tidak lain kecuali kenikmatan yang menipu lagi palsu, adalah lebih baik bagi orang-orang yang takut kepada Allah, sehingga mereka menjaga diri dari adzab Allah dengan menaati-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Kaum musyrikin yang terkecoh oleh kehidupan dunia, tidak berfikir sehingga mendahulukan yang kekal di atas yang fana. Kesenangan-kesenangan duniawi itu hanya sebentar dan tidak kekal. Janganlah manusia terperdaya dengan kesenangan-kesenangan dunia, serta lalai dari memperhatikan urusan akhirat.

3. Pengukuran Gaya Hidup

Untuk mengetahui gaya hidup konsumen, dapat dipergunakan pengukuran psikografis yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang dirancang

⁶⁸ Departemen Agama RI, QS. Al-Baqarah/2: 168, h. 26.

⁶⁹ Departemen Agama RI, QS. Al-An'am/6: 32, h. 132.

untuk menilai gaya hidup. Pertanyaan-pertanyaan yang umumnya dipakai mengungkapkan aktivitas, minat, dan opini konsumen.⁷⁰ Psikografik memberikan pengukuran kuantitatif dan bisa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Psikografik sering diartikan sebagai pengukuran AIO.⁷¹ AIO merupakan istilah yang mengacu pada pengukuran kegiatan, minat, dan opini. AIO mengukur bentuk operasional dari gaya hidup. AIO adalah singkatan dari activities (kegiatan), interest (minat), dan opinion (opini).⁷² Gaya hidup akan berkembang pada masing-masing dimensi AIO seperti telah diidentifikasi oleh Plummer sebagai berikut:⁷³

Tabel 2.1
Inventory Gaya Hidup

Aktivitas	Interest (Minat)	Opini
Bekerja	Keluarga	Diri mereka sendiri
Hobi	Rumah	Masalah-masalah sosial
Peristiwa sosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Komunitas	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Anggota klub	Mode	Pendidikan
Komunitas	Makanan	Produk
Belanja	Media	Masa depan
Olahraga	Prestasi	Budaya

Sumber: Sutisna

4. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi

Gaya hidup yang cenderung konsumtif adalah pola hidup seseorang yang ditandai dengan kecenderungan mengkonsumsi tanpa batas, dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Mereka membeli barang yang sebenarnya kurang diperlukan untuk mencapai kepuasan maksimal. Hal itu terjadi karena adanya hasrat yang besar untuk memiliki

⁷⁰ Suryani, *Perilaku Konsumen*, h. 74.

⁷¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, Ed. 2, 2011), h. 46.

⁷² Engel, *Perilaku Konsumen*, h. 399.

⁷³ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h.145.

benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya. Selain itu, mereka melakukan konsumsi tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Misalnya membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, ataupun hanya sekedar menjaga simbol status. Mereka juga melakukan konsumsi hanya untuk meniru orang lain, ataupun mengikuti *trend* yang sedang beredar. Serta ditunjukkan dalam pembelian atau penggunaan produk mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.⁷⁴

Adapun pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi yaitu sebagai berikut:

a. Usia

Usia yang produktif adalah waktu dimana gaya hidup seseorang berubah-ubah di karenakan berbagai alasan-alasan. Salah satunya usia yang produktif sangatlah berambisi mampu memperoleh suatu produk yang sangat diinginkan bahkan tidak sedikit konsumen yang selalu menginginkan produk dengan brand image yang baik.

b. Pengalaman

Pengalaman seorang konsumen maupun pengalaman yang dibuat sedemikian baik untuk brand suatu produk sangat mampu meningkatkan minat beli konsumen.

c. Ekonomi

Tingkat ekonomi seseorang juga menjadi faktor yang menentukan gaya hidup seseorang demi sebuah ambisi untuk memiliki produk dengan brand image yang bagus.

d. Lingkungan

⁷⁴ Lia Indriani, *Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

Keluarga dan kerabat cukup mempengaruhi suatu keputusan membeli dan mengkonsumsi produk dengan brand image sebagai acuannya.

e. Kebutuhan

Bagi gaya hidup kalangan menengah keatas kebutuhan adalah yang paling terakhir untuk menjadi alasan konsumen membeli suatu produk. Demikian dengan kefanatikannya dalam memandang suatu produk dengan kualitas brand image yang konsisten meningkat pada setiap inovasi-inovasi yang dikeluarkan oleh produsen setiap periodenya.⁷⁵

D. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode dan Variabel	Hasil
1.	Hasnira (2017). ⁷⁶	Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah	Metode Kuantitatif, Meliputi Uji Asumsi Klasik yaitu: Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji	Pendapatan, Gaya Hidup (X) berpengaruh signifikan dan positif terhadap tingkat konsumsi masyarakat

⁷⁵ Silvia Nuriah, *Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Image Terhadap Konsumsi*, (Makalah, Oktober 2014), h. 5.

⁷⁶Hasnirah, “*Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*”, (Skripsi, Universitas Alauddin Makassar, 2017).

		Islamiyah Makassar.	Multikolinearitas, Uji Hipotesis yaitu: Uji Signifikan Simultan (Uji F), Uji Signifikansi armameter individu (Uji T), Serta menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.	Wahdah Islamiyah Makassar (Y).
2.	Raudhah (2008) ⁷⁷	Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Perilaku Konsumsi Sepeda Motor Pasca Tsunami Dalam Perspektif Ekonomi Islam.	Metode Kuantitatif , Meliputi Uji Validitas Uji Realibilitas, Uji Normalitas. Serta menggunakan analisis regresi sederhana yaitu variabel X (Pendapatan)	Berdasarkan dari hasil penelitian, Pendapatan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi sepeda motor pasca tsunami (Y).

⁷⁷ Raudhah, *Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Perilaku Konsumsi Sepeda Motor Pasca Tsunami Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Studi Kasus di Desa Lambaro Skep Aceh*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008).

			dan Y Perilaku Konsumsi.	
3.	Tri Puji Astuti (2018) ⁷⁸	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa	Meliputi Uji Instrumen yaitu: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik Yaitu: Uji Normalitas, Uji Autokorelasi, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Hipotesis yaitu: Uji F dan Uji T, Serta menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.	1. Berdasarkan hasil penelitian, variabel (X) Pendapatan, Gaya Hidup, dan Tingkat Harga berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Konsumsi non makanan (Y). 2. Variabel yang paling berpengaruh terhadap konsumsi non makanan (Y). adalah Pendapatan.
4.	Lisa Aprilia ⁷⁹	Pengaruh Pendapatan,	Metode Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian

⁷⁸ Tri Puji Astuti, “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa”, *Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

		Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan terhadap Pola Konsumsi Rumah tangga Miskin dalam Perspektif Ekonomi Islam	dengan metode analisis, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji regresi linier berganda, uji r^2 , uji f, dan uji t	variabel pendapatan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi rumah tangga di kecamatan anak ratu aji. Variabel jumlah anggota keluarga (X2) tidak berpengaruh terhadap pola konsumsi rumah tangga miskin di kecamatan anak ratu aji. Sedangkan variabel pendidikan (X3) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pola konsumsi rumah tangga miskin di
--	--	--	---	--

⁷⁹ Lisa Aprilia, “*Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan terhadap Pola Konsumsi Rumah tangga Miskin dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, (Skripsi, Universitas Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

				kecamatan anak ratu aji.
5.	Putu Hendry Ryan Hartanto ⁸⁰	Pengaruh gaya Hidup, Kelompok Acuan, dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasisiwi dalam Menggunakan Jasa Salon di Kota Yogyakarta	Metode kuantitatif meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas. Uji Asumsi Klasik, meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinearit as, Uji Heterokedastisi tas. Analisis regresi linier berganda, Uji Parsial (Uji t).	Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap pola konsumsi dalam menggunakan jasa salon di Yogyakarta. Sedangkan kelompok acuan dan uang saku berpengaruh terhadap pola konsumsi mahasiswi dalam menggunakan jasa salon di Yogyakarta.

Hasnira di tahun 2017. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Hasnira sama dengan penelitian sekarang yaitu variabel yang digunakan pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi, namun responden penelitian sekarang yaitu Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan sedangkan dalam peneliti terdahulu respondennya adalah Masyarakat Wahdah Islamiyah Makasar.

Raudhah di tahun 2008. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Raudhah hanya menggunakan variabel pendapatan masyarakat sebagai variabel X dan perilaku konsumsi sebagai variabel Y. Dan subjek

⁸⁰ Putu Hendry Ryan Hartanto, “*Pengaruh gaya Hidup, Kelompok Acuan, dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasisiwi dalam Menggunakan Jasa Salon di Kota Yogyakarta*”, (Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2016).

penelitiannya pada Sepeda Motor Pasca Tsunami dalam Perspektif Ekonomi Islam. Sedangkan variabel yang digunakan dalam penelitian sekarang yaitu pendapatan dan gaya hidup sebagai variabel X dan pola konsumsi sebagai variabel Y. Dan subjek penelitian adalah Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

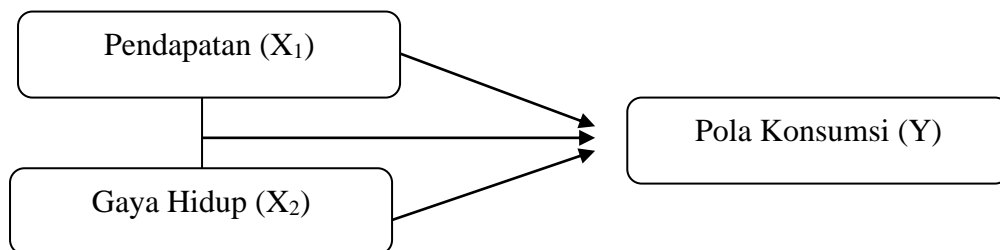
Tri Puji Astuti di tahun 2018. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Tri Puji Astuti menggunakan Fktor-faktor yang mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa yang di dalamnya terdapat variabel pendapatan, gaya hidup, dan tingkat harga. Subjek penelitiannya adalah Konsumsi Mahasiswa berdasarkan konsumsi non-makanan. Sedangkan variabel yang digunakan dalam penelitian sekarang yaitu pendapatan dan gaya hidup sebagai variabel X dan pola konsumsi sebagai variabel Y. Dan subjek penelitian sekarang adalah Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan. Dimana penelitiannya dilakukan pada pola konsumsi yang tidak hanya pada makanan tetapi meliputi konsumsi bukan makanan juga.

Lisa Aprilia di tahun 2018. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan memiliki perbedaan variabel dimana variabel dalam penelitian terdahulu pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan sebagai variabel X dan Pola Konsumsi sebagai variabel Y. Subjek penelitiannya adalah Rumah Tangga Miskin Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah. Sedangkan subjek penelitian sekarang adalah Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

Putu Hendry Ryan Hartanto di tahun 2016. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan menggunakan variabel Gaya Hidup, Kelompok Acuan, dan Uang Saku sebagai variabel X, dan Pola Konsumsi sebagai variabel Y. Subjek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa dalam menggunakan jasa salon di kota Yogyakarta. Sedangkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendapatan dan Gaya Hidup sebagai variabel X dan Pola Konsumsi sebagai variabel Y. Dan subjek dalam penelitian sekarang yaitu Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan, dimana konsumsi yang digunakan konsumsi makanan dan bukan makanan.

E. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis yang disusun penulis terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel independen terdiri dari pendapatan dan gaya hidup sedangkan variabel dependen yaitu pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan. Kerangka teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Teoritis

Tingkat pendapatan dan gaya hidup seseorang sangat penting dalam mendukung seseorang dalam mengkonsumsi setiap harinya. Dengan pendapatan yang baik dan meningkat maka konsumsi juga semakin meningkat begitu pula demikian dengan gaya hidup, semakin tinggi seseorang dalam bergaul ataupun mengikuti *trend* masa kini maka gaya hidupnya juga akan berubah. Berdasarkan kerangka teoritis penelitian diatas maka dapat diketahui pengaruh pendapatan dan gaya hidup berpengaruh besar terhadap pola konsumsi masyarakat. Kemudian hasil dari pengaruh kedua variabel tersebut akan dibandingkan, dan akan diketahui mana yang lebih besar yang mempengaruhi pola konsumsin masyarakat.

F. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata hipo berarti kurang atau lemah dan tesis atau thesis yang berarti teori yang disajikan sebagai bukti. Jadi hipotesis adalah pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan perlu dibuktikan kenyataannya. Jika suatu hipotesis telah terbukti kebenarannya ia akan berubah namanya disebut tesis. Hipotesis dapat diterima tetapi dapat ditolak, diterima apabila bahan-bahan

penelitian membenarkan kenyataan dan ditolak apabila menyangkal (menolak kenyataan).⁸¹

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan latar belakang dan kerangka teori diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh Pendapatan terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

H_{a1} = Terdapat pengaruh Pendapatan terhadap Pola Konsumsi Kecamatan Medan Perjuangan.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

H_{a2} = Terdapat pengaruh pengaruh Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

H_{a3} = Terdapat pengaruh secara bersama-sama Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

⁸¹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 28.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yaitu data yang berbentuk angket dan perhitungan yang dituangkan ke dalam bentuk tabel. Kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan uji statistik. Penelitian kuantitatif itu digunakan untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendiskripsikan statistik, untuk menunjukkan hubungan variabel yang ada didalamnya.⁸² Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen yaitu Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap variabel dependen yaitu Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun lokasi penelitian dilaksanakan di Kecamatan Medan Perjuangan dan waktu penelitian dimulai dari 09 Mei 2019 s/d 02 Agustus 2019.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah berkenaan dengan data bukan orang atau benda. Jumlah keseluruhan dari unit analisis yang cirri-cirinya akan diduga. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸³ Adapun

⁸² Narbuko, *Metodologi Penelitian*, h. 20.

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 116.

populasi yang tercakup dalam penelitian ini adalah 96.711 masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.⁸⁴

2. Sampel

Sampel adalah sebagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili keseluruhan populasi.⁸⁵ Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Dari uraian diatas, karena jumlah populasi lebih dari 100 orang maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin:⁸⁶

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n: Ukuran Sampel

N: Ukuran populasi yaitu 96.711 masyarakat kecamatan Medan perjuangan

e: Persentase ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

⁸⁴Badan Pusat Statistik, *Kecamatan Medan Perjuangan dalam Angka 2018*, Katalog 1102001.1275.160, h. 3.

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 117.

⁸⁶*Ibid*, h. 131-132.

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{96.711}{1 + 96.711(0,1)^2} \\
 &= \frac{96.711}{1 + 96.711(0,01)} \\
 &= \frac{96.711}{1 + 967,11} \\
 &= \frac{96711}{968,11} \\
 &= 99,896
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas dengan menggunakan rumus slovin ditingkatkan kesalahan 10%, maka yang akan menjadi sampel dari penelitian ini adalah sebesar 99,896 yang dibulatkan menjadi 100 sampel.

D. Jenis Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian ini adalah responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Data dalam penelitian digolongkan menjadi data primer dan data sekunder yang diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Dalam hal ini data yang dimaksudkan adalah data yang bersumber dari hasil penelitian dengan menggunakan kuesioner, kepada masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang diperoleh dari buku-buku atau literature dan laporan BPS mengenai jumlah penduduk di Kecamatan Medan Perjuangan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Menurut Mudrajat dalam bukunya data sekunder dapat diartikan secara singkat yaitu data yang telah

dikumpulkan oleh pihak lain. Peneliti dapat mencari data sekunder ini melalui sumber data sekunder.⁸⁷

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket/kuesioner

Angket/kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk dijawab oleh responden terpilih, dan merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian.⁸⁸

Tabel 3.1
Pengukuran Skala Likert

Pernyataan	Bobot	Skala
Sangat Setuju/SS	5	Likert
Setuju/S	4	Likert
Netral/N	3	Likert
Tidak Setuju/TS	2	Likert
Sangat Tidak Setuju/STS	1	Likert

Dalam Skala Likert, kemungkinan jawaban tidak sekedar “setuju” dan “tidak setuju”, melainkan dibuat lebih banyak kemungkinan jawabannya, yaitu sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), sangat setuju (5).⁸⁹ Dari nilai yang diperoleh setiap item variabel pendapatan, gaya hidup, dan konsumsi dijumlahkan.

⁸⁷ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi; bagaimana meneliti & Menulis Tesis?*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 148-157.

⁸⁸ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis; Pendekatan Filosofi dan Praktik*, (Jakarta: Indeks, 2009), h. 44.

⁸⁹ *Ibid*, h. 89

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda dan sebagainya.⁹⁰

F. Definisi Operasional

Untuk memudahkan memperoleh kejelasan dan menghindari kesalahpahaman dalam pembahasan penulisan ini, maka penulis merasa perlu mengemukakan pengertian atau batasan dari berbagai kata istilah yang dianggap penting di dalamnya, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 3.2

Definisi Operasional

No .	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator yang Dikembangkan	Sumber	No. Item
1.	Pendapatan (X_1)	Pendapatan adalah Nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pendapatan juga dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu.	a. Pendapatan Pokok b. Pendapatan Tambahan c. Distribusi Pendapatan	a. Akram Rihda, 2014. b. Mustafa Edwin Nasution, et.al, 2010.	1,2 3,4 5,6

⁹⁰ Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi Ke VI*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 234.

2.	Gaya Hidup (X ₂)	Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya.	a. Aktifitas b. Minat c. Opini	Tatik Suryani, 2008.	7, 8 9, 10 11, 12
3.	Pola Konsumsi (Y)	Pola konsumsi adalah bentuk (struktur) pengeluaran individu/kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi sebagai pemenuhan kebutuhan.	a. Dharuriyat b. Hajiyyat c. Tahsiniyat	Muhammad Arif, 2018.	13, 14 15, 16 17, 18

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara yaitu analisis kuantitatif. Analisis yang dilakukan terhadap data dengan menggunakan SPSS 22 antara lain:

1. Uji Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan bidang ilmu statistika yang mempelajari cara-cara pengumpulan, penyusunan, dan penyajian data suatu penelitian. Kegiatan yang termasuk dalam kategori tersebut adalah kegiatan collecting

atau pengumpulan data, grouping atau pengelompokan data, penentuan nilai dan fungsi statistik, serta yang terakhir termasuk pembuatan grafik dan gambar.

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁹¹

2. Uji Validitas dan Realibilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kestabilan suatu instrumen. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitasnya dalam penelitian ini digunakan program SPSS.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Suatu tes dikatakan memiliki validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil dengan maksud digunakannya tes tersebut. Dalam uji validitas ini digunakan teknik korelasi *Product Moment*.⁹² Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

Jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut valid

Jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.⁹³

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 206.

⁹² *Ibid.* h. 170.

⁹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 67.

b. Uji Realibilitas

Realibilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner kontruks atau variabel penelitian. Suatu variable dikatakan reliable jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Realibiltas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dipakai dua kali mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya relatif sama, maka alat ukur tersebut reliabel. Alpha (α) suatu variable dikatakan reliable atau handal jika memiliki Standar *CronbachAlpha* > 0,60. Pengujian realibilitas dilakukan dengan program SPSS.

Tes realibilitas adalah tes yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui apakah alat pengumpul data yang digunakan menunjukan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan, dan konsistensi dalam mengungkapkan gejala dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada waktu yang berbeda.

Kriteria pengujiannya adalah jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan taraf signifikansi pada $\alpha = 0,05$, maka instrumen tersebut adalah reliabel, sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka instrument tidak reliabel.⁹⁴

Tabel 3.3

Kriteria Reliabilitas Suatu Penelitian

Interval Koefisien Reliabilitas	Tingkat Hubungan
0,800 – 1,000	Sangat reliabel
0,600 – 0,800	Reliabel
0,400 – 0,600	Cukup Reliabel
0,200 – 0,400	Kurang Reliabel
0,00 – 0,200	Tidak Reliabel

⁹⁴ Arikunto, *Prosedur Penelitian*, h. 170.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedasitas.⁹⁵

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan mengetahui apakah variabel dependen, idenpenden atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan grafik P-Plot. Jika data menyebar disekitar garis-garis regional dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kenormalan juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan program *SPSS*.⁹⁶ Jika nilai *Asymp. Sig.* kurang dari 0,05 maka distribusinya tidak normal. Sedangkan jika nilai *Asymp. Sig.* lebih dari atau sama dengan 0,05 maka distribusinya normal.⁹⁷

b. Uji Multikoliniearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai toleransi dan lawannya, dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah

⁹⁵ Riduwan, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistik*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 54.

⁹⁶ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2011), h. 181.

⁹⁷ Indriani, *Pengaruh Pendapatan*, h. 59.

nilai *Tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* > 10. Bila nilai *Tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai *VIF* < 10, berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.⁹⁸

c. Uji Heterokedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi Heterokedastisitas. Dalam penelitian ini, untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat heterokedastisitas digunakan pendekatan grafik dengan membuat diagram plot dan pendekatan statistik melalui uji Glejser. Jika diagram plot yang dibentuk menunjukkan pola tertentu maka dapat dikatakan model tersebut mengandung gejala heterokedastisitas, sedangkan uji glejser meregresi nilai absolute residual terhadap nilai independen, jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 0,05% maka dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak mengandung adanya heterokedastisitas.⁹⁹

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter b_1 sama dengan nol, atau:

$$H_0: b_1 = 0$$

⁹⁸ Umar, *Metode Penelitian*, h. 177.

⁹⁹ *Ibid*, h. 179

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_a). Parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a: b_1 \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.¹⁰⁰

Untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat maka dilakukan uji t. Sehingga bisa diketahui diterima atau tidaknya hipotesis satu, dua, dan tiga. Jika nilai *p-value* kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.¹⁰¹

Kaidah keputusan:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, dan terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat maka dilakukan uji F. Sehingga bisa diketahui diterima atau tidaknya hipotesis keempat. Jika nilai *prob F* kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.¹⁰² Kriteria pengambilan keputusan;

- 1) H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ dan nilai *P-value* < *level of significant* sebesar 0,05

¹⁰⁰ Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, h. 239

¹⁰¹ Indriani, *Pengaruh Pendapatan*, h. 61.

¹⁰² *Ibid.*

- 2) H_0 ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$ dan nilai P-Value $> level\ of\ significant$ sebesar 0,05

c. Mencari Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar variabel-variabel bebas mampu memberikan penjelasan mengenai variabel terikat maka perlu dicari nilai koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 adalah nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin mendekati satu, menunjukkan semakin kuat kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Jika nilai R^2 adalah nol, menunjukkan bahwa variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat.

Selain itu untuk melihat manakah variabel bebas yang paling mampu memberikan penjelasan mengenai variabel terikat maka akan digunakan metode *stepwise*. Metode *stepwise* dimulai dengan pemasukan satu persatu variabel bebas hasil pengkolerasian, dimasukkan ke dalam model dan dikeluarkan dari model dengan kriteria tertentu Variabel yang pertama kali masuk merupakan variabel bebas yang korelasinya tertinggi dan signifikan terhadap variabel terikat. Jika ada variabel yang tidak signifikan maka variabel tersebut dikeluarkan. Dalam hal ini akan dilihat pula perubahan nilai R^2 ketika variabel bebas masuk ke dalam model.¹⁰³

Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$), dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika R^2 semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat semakin erat/dekat, atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai baik.
- 2) Jika R^2 semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat jauh/tidak erat, atau dengan kata lain model tersebut dapat dinilai kurang baik.

¹⁰³ *Ibid*, h. 62

d. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Analisis Regresi Linier berganda yaitu analisis tentang hubungan antara satu dependen variabel dengan dua atau lebih independen variabel.¹⁰⁴ Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan.

Persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut. Rumus:¹⁰⁵

$$Y=a+b_1X_1+b_2X_2$$

Dimana:

Y = Pola Konsumsi

A = Konstanta Interception

b₁,b₂ = Koefisien Regresi

X₁ = Pendapatan

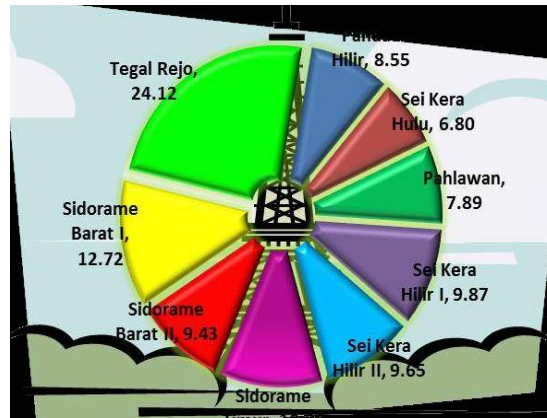
X₂ = Gaya Hidup

¹⁰⁴ Arikunto, *Prosedur Penelitian*, h. 284.

¹⁰⁵ Stanislaus S. Uyanto, *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 171.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Medan Perjuangan terletak antara lintang Utara 03° - 32° bujur Timur 98° - 47° dengan ketinggian 25 meter diatas permukaan laut yang terdiri dari 9 kelurahan. Dengan luas wilayah:



Gambar 4.2.

**Luas Wilayah Tiap Kelurahan di Kecamatan Medan
Perjuangan Tahun 2017 (Km²)**

Luas wilayah dan persentase luas Kecamatan Medan Perjuangan dirinciperkelurahan, ialah sebagai berikut;

Tabel 4.1

**Luas Wilayah dan Persentase Terhadap Luas Kecamatan
MenurutKelurahan Tahun 2017**

No.	Kelurahan	Luas (Km ²)	Persentase Terhadap Luas Kecamatan
1	Pandau Hilir	1,39	25%
2	Sei Kera Hulu	0,31	6%
3	Pahlawan	0,36	6%
4	Sei Kera Hilir I	0,45	8%
5	Sei Kera Hilir II	0,44	8%
6	Sidorame Timur	0,50	9%
7	Sidorame Barat II	0,43	8%
8	Sidorame Barat I	0,58	10%
9	Tegal Rejo	1,10	20%
	Jumlah	4,36	100%

B. Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 6 pertanyaan untuk variabel Y, 6 pertanyaan untuk variabel X_1 dan X_2 . Dimana yang menjadi variabel Y adalah Pola Konsumsi, variabel X_1 adalah Pendapatan, dan X_2 adalah Gaya Hidup. Angket yang disebar ini diberikan kepada 100 orang sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR).

1. Identitas Responden

a. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	43	43%
2	Perempuan	57	57%
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui jumlah laki-laki yang responden penelitian ini adalah 43 orang atau sebesar 43% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 57 orang atau sebesar 57%. Ini menunjukkan bahwa yang menjadi responden pada penelitian ini yang paling banyak adalah perempuan.

b. Identitas Responden Menurut Usia

Tabel 4.3

Identitas Responden Menurut Usia

No.	Usia	Responden	Persentase (%)
1	15-18	27	27%
2	19-21	41	41%
3	22-24	19	19%
4	25-30	13	13%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa usia dari responden terbesar adalah yang berusia 19-21 tahun, yaitu sebanyak 41 orang atau sama dengan 41%. Sedangkan yang terkecil adalah yang berusia 25-30 tahun yaitu 13 orang atau sama dengan 13% dari total responden. Sisanya usia 15-18 tahun sebanyak 27 orang atau sama dengan 27%, dan usia 25-30 tahun sebanyak 13%.

c. Identitas Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4

Identitas Responden Menurut Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Responden	Persentase (%)
1	SD	18	18%
2	SMP/MTS	22	25%
3	SMA/SMK	25	22%
4	Diploma/Sarjana	35	35%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui pendidikan terakhir dari responden terbesar adalah Diploma/Sarjana, yaitu sebanyak 35 orang atau sama dengan 35%. Pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 25 orang atau sama dengan 25%, SMP/MTS sebanyak 22 orang atau sama dengan 22 %, dan SD sebanyak 18 atau sama dengan 18%.

d. Identitas Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Tabel 4.5**Identitas Responden Menurut Jenis Pekerjaan**

No.	Jenis Pekerjaan	Responden	Persentase (%)
1	Pengusaha/Wiraswasta	28	28%
2	PNS	9	9%
3	Pegawai Swasta	10	10%
4	Guru	19	19%
5	Karyawan	16	16%
6	Buruh	18	18%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui jenis pekerjaan dari responden terbesar adalah pengusaha/wiraswasta, yaitu sebanyak 28 orang atau sama dengan 28%, PNS sebanyak 9 orang atau sama dengan 9%, pegawai swasta sebanyak 10 orang atau sama dengan 10 %, guru sebanyak 19 orang atau sama dengan 19% dan karyawan sebanyak 16 orang atau sama dengan 16%.

e. Identitas Responden Menurut Pendapatan

Tabel 4.6**Identitas Responden Menurut Pendapatan Perbulan**

No.	Jumlah Pendapatan	Responden	Persentase (%)
1	<1.000.000	37	37%
2	>1.000.000-2.000.000	43	43%
3	>2.000.000-3.000.000	12	12%
4	>3.000.000	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui jumlah pendapatan dari responden terbesar adalah yang berpendapatan >1.000.000-2.000.000,

yaitu sebanyak 43 orang atau sama dengan 43%, pendapatan <1.000.000 sebanyak 37 orang atau sama dengan 37%, pendapatan >2.000.000-3.000.000 sebanyak 12 orang atau sama dengan 12% dan pendapatan >3.000.000 sebanyak 8 orang atau sama dengan 8%.

2. Teknik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui distribusi frekuensi dari jawaban responden terhadap hasil angket (kuesioner) yang disebar. Hasil angket tersebut yang terdiri dari 100 sampel meliputi variabel pendapatan (X_1) dan gaya hidup (X_2), serta variabel pola konsumsi masyarakat (Y).

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Variabel Pendapatan (X_1)

Butir	Sangat Tidak Setuju (STS)		Tidak Setuju (TS)		Netral (N)		Setuju (S)		Sangat Setuju (SS)		Jumlah
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	1	1,0	3	3,0	5	5,0	41	41,0	50	50,0	100
P2	5	5,0	18	18,0	12	12,0	32	32,0	33	33,0	100
P3	8	8,0	7	7,0	12	12,0	27	27,0	46	46,0	100
P4	6	6,0	1	1,0	8	8,0	39	39,0	46	46,0	100
P5	6	6,0	5	5,0	15	15,0	51	51,0	23	23,0	100
P6	2	2,0	3	3,0	13	13,0	49	49,0	33	33,0	100

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan jawaban responden bdengan beberapa item-item pertanyaan pendapatan (X_1) sebagai berikut:

1. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P1, terdapat 1 orang(1%) menyatakan sangat tidak setuju, 3 orang (3%) menyatakan tidak setuju, 5 (5%) netral, 41 orang (41%) menyatakan setuju, dan 50 orang (50%) menyatakan sangat setuju.

2. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P2, terdapat 5 orang (5%) menyatakan sangat tidak setuju, 18 orang (18%) menyatakan tidak setuju, 12 orang (12%) menyatakan netral, 32 orang (32%) menyatakan setuju, dan 33 orang (33%) menyatakan sangat setuju.
3. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P3 terdapat 8 orang (8%) menyatakan sangat tidak setuju, 7 (7%) menyatakan tidak setuju, 12 orang (12%) menyatakan netral, 27 orang (27%) menyatakan setuju dan 46 orang (46%) menyatakan sangat setuju.
4. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P4, terdapat 6 orang (6%) menyatakan sangat tidak setuju, 1 orang (1%) menyatakan tidak setuju, 8 orang (8%) menyatakan netral, 39 orang (39%) menyatakan setuju, dan 46 orang (46%) menyatakan sangat setuju.
5. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P5, terdapat 6 orang (6%) menyatakan sangat tidak setuju, 5 orang (5%) menyatakan tidak setuju, 15 orang (15%) menyatakan netral, 51 orang (51%) menyatakan setuju, dan 23 orang (23%) menyatakan sangat setuju.
6. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P6, terdapat 2 orang (2%) menyatakan sangat tidak setuju, 3 orang (3%) menyatakan tidak setuju, 13 orang (13%) menyatakan netral, 49 orang (49%) menyatakan setuju, dan 33 orang (33%) menyatakan sangat setuju.

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup (X₂)

Butir	Sangat Tidak Setuju (STS)		Tidak Setuju (TS)		Netral (N)		Setuju (S)		Sangat Setuju (SS)		Jumlah
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	0	0,0	3	3,0	15	15,0	42	42,0	40	40,0	100
P2	1	1,0	7	7,0	15	15,0	46	46,0	31	31,0	100
P3	1	1,0	0	0,0	17	17,0	44	44,0	38	38,0	100
P4	1	1,0	2	2,0	19	19,0	54	54,0	24	24,0	100
P5	0	0,0	6	6,0	26	26,0	47	47,0	21	21,0	100
P6	0	0,0	9	9,0	25	25,0	49	49,0	17	17,0	100

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan jawaban responden bdengan beberapa item-item pertanyaan gaya hidup (X₂) sebagai berikut:

1. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P1, terdapat, 3 orang (3%) menyatakan tidak setuju, 15 (15%) netral, 42 orang (42%) menyatakan setuju, 40 orang (40%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
2. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P2, terdapat, 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju, 7 orang (7%) menyatakan tidak setuju, 15 (15%) netral, 46 orang (46%) menyatakan setuju, dan 31 orang (31%) yang menyatakan sangat setuju.
3. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P3, terdapat, 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju, 17 (17%) netral, 44 orang (44%) menyatakan setuju, 38 orang (38%) yang menyatakan sangat setuju dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju.
4. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P4, terdapat, 1 orang (1%) menyatakan sangat tidak setuju, 2 orang (2%) menyatakan tidak setuju, 19 (19%) netral, 54 orang (54%)

menyatakan setuju, dan 24 orang (24%) yang menyatakan sangat setuju.

5. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P5, terdapat, 6 orang (6%) menyatakan tidak setuju, 26 (26%) netral, 47 orang (47%) menyatakan setuju, 21 orang (21%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
6. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P6, terdapat, 9 orang (9%) menyatakan tidak setuju, 25 (25%) netral, 49 orang (49%) menyatakan setuju, 17 orang (17%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.9

Distribusi Frekuensi Variabel Pola Konsumsi (Y)

Butir	Sangat Tidak Setuju (STS)		Tidak Setuju (TS)		Netral (N)		Setuju (S)		Sangat Setuju (SS)		Jumlah
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
P1	0	0,0	2	2,0	18	18,0	42	42,0	38	38,0	100
P2	0	0,0	0	0,0	9	9,0	52	52,0	39	39,0	100
P3	0	0,0	2	2,0	17	17,0	48	48,0	33	33,0	100
P4	2	2,0	8	8,0	14	14,0	48	48,0	28	28,0	100
P5	0	0,0	1	1,0	17	17,0	46	46,0	36	36,0	100
P6	0	0,0	10	10,0	32	32,0	42	42,0	16	16,0	100

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan jawaban responden bdengan beberapa item-item pertanyaan pola konsumsi (Y) sebagai berikut:

1. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P1, terdapat, 2 orang (2%) menyatakan tidak setuju, 18 (18%) netral, 42 orang (42%) menyatakan setuju, 38 orang (38%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
2. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P2, terdapat, 9 orang (9%) netral, 52 orang (52%) menyatakan

setuju, 39 orang (39%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju.

3. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P3, terdapat, 2 orang (2%) menyatakan tidak setuju, 17 (17%) netral, 48 orang (48%) menyatakan setuju, 28 orang (28%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
4. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P4, terdapat, 2 orang (2%) yang menyatakan sangat tidak setuju, 8 orang (8%) menyatakan tidak setuju, 14 (14%) netral, 48 orang (48%) menyatakan setuju, dan 28 orang (28%) menyatakan sangat setuju.
5. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P5, terdapat, 1 orang (1%) menyatakan tidak setuju, 17 (17%) netral, 46 orang (46%) menyatakan setuju, 36 orang (36%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
6. Dari 100 responden yang memberikan tanggapan tentang P6, terdapat, 10 orang (10%) menyatakan tidak setuju, 32 (32%) netral, 42 orang (42%) menyatakan setuju, 16 orang (16%) menyatakan sangat setuju dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

b. Uji Validitas dan Realibilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan korelasi *bilvariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Pengujian validitas angket digunakan rumus korelasi *Product Moment* dengan menggunakan program SPSS. Satu butir angket dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} untuk

uji dua arah pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p=0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N . $Df=N-2=100-2=98$. Maka nilai r_{tabel} dua arah pada df dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,196. Dengan hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Uji Validitas Pendapatan (X_1)

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pendapatan	1	0,391	0,196	Valid
	2	0,340	0,196	Valid
	3	0,590	0,196	Valid
	4	0,592	0,196	Valid
	5	0,492	0,196	Valid
	6	0,301	0,196	Valid

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan data tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel pendapatan (X_1) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat r_{hitung} masing-masing pertanyaan (0,391), (0,340), (0,590), (0,592), (0,492), (0,301) $>$ r_{tabel} 0,196, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 butir pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.11
Uji Validitas Gaya Hidup (X₂)

Variabel	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Gaya Hidup	1	0,526	0,196	Valid
	2	0,465	0,196	Valid
	3	0,553	0,196	Valid
	4	0,358	0,196	Valid
	5	0,581	0,196	Valid
	6	0,276	0,196	Valid

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan data tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel gaya hidup (X₂) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat r_{hitung} masing-masing pertanyaan (0,526), (0,465), (0,553), (0,358), (0,581), (0,276) > r_{tabel} 0,196, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 butir pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.12
Uji Validitas Pola Konsumsi (Y)

Variabel	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Pola Konsumsi	1	0,501	0,196	Valid
	2	0,469	0,196	Valid
	3	0,499	0,196	Valid
	4	0,452	0,196	Valid
	5	0,481	0,196	Valid
	6	0,336	0,196	Valid

Sumber: Data Diolah, 2019

Berdasarkan data tabel diatas, nilai r_{hitung} menunjukkan bahwa dari 6 butir angket dalam variabel pola konsumsi (Y) dinyatakan valid semua karena sudah memenuhi syarat r_{hitung} masing-masing pertanyaan (0,501), (0,469), (0,499), (0,452), (0,481), (0,336) > r_{tabel}

0,196, sehingga dapat dinyatakan bahwa 6 butir pertanyaan tersebut layak digunakan dalam penelitian.

2) Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* dimana suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki *Alpha Cronbach* $> 0,60$ maka data dapat dinyatakan reliabel.

Dilihat dari sudut realibilitas angket untuk variabel pendapatan (X_1) berdasarkan hasil perhitungan realibilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.13

Perhitungan Realibilitas Variabel Pendapatan (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.263	6

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari hasil output *reability statistic* diatas diperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,263 dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=100$ dan $df=N-2=100-2=98$ adalah r_{tabel} 0,196. Dengan demikian nilai *Alpha Cronbach* $0,263 > 0,196$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang diuji sangat *reliabel*.

Dilihat dari sudut realibilitas angket untuk variabel gaya hidup (X_2) berdasarkan hasil perhitungan realibilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.14

Perhitungan Realibilitas Variabel Gaya Hidup (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.248	6

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari hasil output *reliability statistic* diatas diperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,248 dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=100$ dan $df=N-2=100-2=98$ adalah r_{tabel} 0,196. Dengan demikian nilai *Alpha Cronbach* $0,248 > 0,196$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang diuji sangat *reliabel*.

Dilihat dari sudut realibilitas angket untuk variabel pola konsumsi (Y) berdasarkan hasil perhitungan realibilitas dengan menggunakan uji *Alpha Cronbach* dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.15
Perhitungan Realibilitas Pola Konsumsi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.210	6

Sumber: Data Diolah, 2019

Dari hasil output *reliability statistic* diatas diperoleh nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,210 dengan jumlah pertanyaan 6 item. Nilai r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah responden $N=100$ dan $df=N-2=100-2=98$ adalah r_{tabel} 0,196. Dengan demikian nilai *Alpha Cronbach* $0,210 > 0,196$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa angket yang diuji sangat *reliabel*.

c. Uji Asumsi klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi telah terdistribusi normal atau tidak. Data yang terdistribusi normal artinya data sampel tersebut dapat mewakili populasi. Data dikatakan normal apabila nilai signifikansinya lebih dari 0,05. Untuk itu dilakukan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*.

Uji normalitas juga dapat dilihat melalui normal *probability plot*, dengan melihat pola pada kurva penyebaran grafik P-Plot. Distribusi normal akan membentuk satu garis diagonal. Dimana jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Hasil pengujian terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.16

Hasil Pengujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

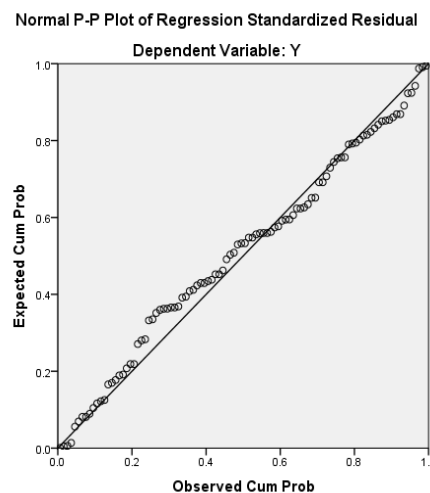
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	24.3100000
	Std. Deviation	1.53343058
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.061
	Negative	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		1.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.210

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat signifikan $0,210 > 0,05$. Hal ini dapat diartikan tingkat signifikansinya lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan SPSS Windows Versi 22 dapat dilihat pada grafik P-Plot, dimana jika titik-tik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut berdistribusi normal.



Gambar 4.3

Hasil Pengujian Normal Probability-Plot

Pada gambar diatas dapat dilihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas dan data yang diperoleh berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji korelasi atau hubungan antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Besar *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, dimana nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10.

Tabel 4.17

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

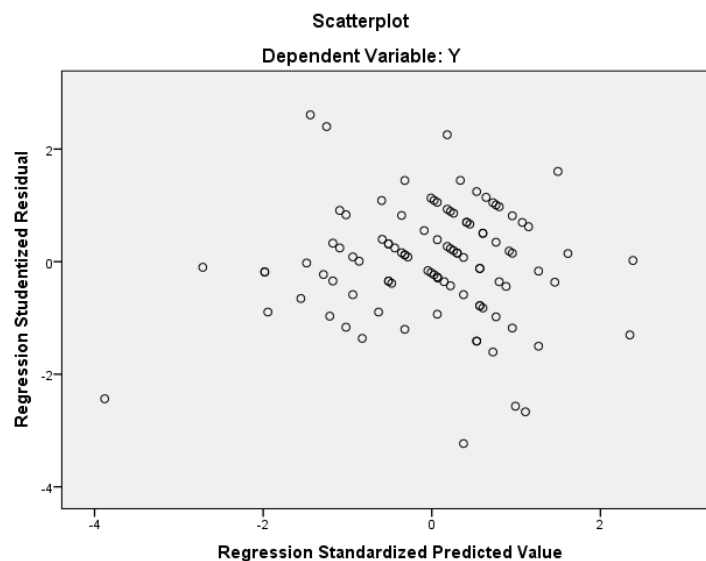
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.430	1.989		2.227	.028		
X1	.296	.052	.407	5.712	.000	.997	1.003
X2	.534	.067	.565	7.937	.000	.997	1.003

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas nilai *tolerance* memperlihatkan bahwa masing-masing variabel tidak ada yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan nilai toleransi tidak ada nilai yang kurang dari 0,10. Hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas diantara pendapatan (1,003) dan gaya hidup (1,003). Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Pengujian ini menggunakan grafik *Scatterplot* atau nilai prediksi variabel terikat. Dengan menggunakan *Scatterplot*, suatu heterokedastisitas diektahui dengan melihat sebaran plot data. Ketika pada grafik terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, menebar, kemudian menyempit), maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, maka tidak terjadi heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.4
Hasil Uji Heterokedastisitas

Pada gambar diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah angka nol. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam regresi.

d. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (Uji T) dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel pendapatan dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap pola konsumsi. Berdasarkan tingkat signifikan 0,05, kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan melihat nilai perbandingan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hipotesis dapat diterima. Dengan rumus perhitungan $df = n - k$. N adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel X dan Y. $Df = n - k = 100 - 3 = 97$ maka nilai t_{tabel} adalah 1,66071 yang diperoleh dari tabel statistik. Hasil uji T sebagai berikut.

Tabel 4.18

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.430	1.989		2.227	.028		
X1	.296	.052	.407	5.712	.000	.997	1.003
X2	.534	.067	.565	7.937	.000	.997	1.003

a. Dependent Variable: Y

Selanjutnya, berdasarkan hasil t_{hitung} pada tabel diatas, maka dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut.

- a) Variabel Pendapatan (X_1) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($5,712 > 1,66071$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pola konsumsi atau dengan kata lain hipotesis diterima.
 - b) Variabel Gaya Hidup (X_2) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari nilai t_{tabel} ($7,937 > 1,66071$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pola konsumsi atau dengan kata lain hipotesis diterima.
- 2) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap variabel dependen pola konsumsi yang di uji pada tingkat signifikan 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan $F_{hitung} > F_{tabel}$. Nilai F_{tabel} dengan $df_1 = k-1=3-1=2$ dan $df_2 = n-k=100-3=97$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel penelitian. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.19
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	232.790	2	116.395	50.268	.000 ^b
	Residual	224.600	97	2.315		
	Total	457.390	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan hasil dari tabel diatas diperoleh nilai $f_{hitung} = 50,268$ dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan nilai f_{tabel} $df_1 = 2$ dan

$df_2 = 97$ diperoleh 3,09 dari tabel statistik. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,268 > 3,09$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan dan gaya hidup secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi atau dengan kata lain hipotesis diterima.

3) Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang dirumuskan adalah analisis linier berganda dengan bantuan *SPSS 22*. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (Pendapatan dan Gaya Hidup) terhadap variabel dependen (Pola Konsumsi). Hasil uji analisis regresi linier berganda sebagai berikut

Tabel 4.20
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.430	1.989		2.227	.028		
X1	.296	.052	.407	5.712	.000	.997	1.003
X2	.534	.067	.565	7.937	.000	.997	1.003

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil yang di tunjukkan pada tabel diatas diperoleh model persamaan regresi berganda sebagai berikut.

$$Y = 4,430 + 0,296X_1 + 0,534X_2$$

Adapun penjelasan dari angka-angka persamaan regresi linier berganda dapat diartikan sebagai berikut.

- a) Nilai konstanta sebesar 4,430 artinya jika variabel pendapatan dan gaya hidup diabaikan atau diasumsikan bernilai nol, maka variabel pola konsumsi adalah sebesar 4,430.

- b) Nilai koefisien regresi variabel pendapatan (X_1) sebesar 0,296 artinya setiap peningkatan satu satuan variabel pendapatan akan meningkatkan pola konsumsi sebesar 0,296 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan (tetap).
- c) Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup (X_2) sebesar 0,534 artinya setiap peningkatan satu satuan variabel gaya hidup akan meningkatkan pola konsumsi sebesar 0,534 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan (tetap).
- 4) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari keseluruhan variabel bebas (X_1 , X_2) dan pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y). Hasil uji Koefisien Determinasi dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.21

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 ^a	.509	.499	1.522

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,509 atau 50,9%. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (pendapatan dan gaya hidup) mampu menjelaskan variasi nilai variabel dependen (pola konsumsi) sebesar 50,9% sedangkan sisanya 49,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pendapatan terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel pendapatan (X_1) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($5,712 > 1,66071$) dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi. Maka, hipotesis atau H_1 diterima, H_0 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang diungkapkan Amiruddin di tahun 2013, bahwa pendapatan amat besar pengaruhnya terhadap pola konsumsi. Karena apabila tingkat pendapatan meningkat, kemampuan masyarakat untuk membeli kebutuhan konsumsi semakin besar dan semakin menuntut kualitas yang baik. Sadono Sukirno di tahun 2010, menyatakan bahwa rumah tangga berpendapatan rendah akan mengeluarkan sebagian besar pendapatannya untuk membeli kebutuhan pokok dan rumah tangga yang berpendapatan tinggi akan membelanjakan sebagian kecil saja dari total pengeluaran untuk kebutuhan pokok dan sisanya digunakan untuk kebutuhan non pangan seperti rekreasi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Lisa Aprilia di tahun 2018, dengan judul Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan terhadap Pola Konsumsi Rumah tangga Miskin dalam Perspektif Ekonomi Islam, bahwa pendapatan sangat berpengaruh terhadap pola konsumsi, jika tingkat pendapatan naik maka konsumsi juga cenderung naik. Pengeluaran konsumsi sebagai fungsi pendapatan merupakan faktor yang sangat besar pengaruhnya terhadap tingkah masyarakat dalam melakukan konsumsi.

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa variabel gaya hidup (X_2) memiliki nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($6,527 > 1,66071$) dan taraf signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi. Maka, hipotesis atau H_2 diterima H_0 ditolak. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan dan positif terhadap pola konsumsi masyarakat. Dengan demikian semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang maka konsumsi juga akan meningkat.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Puji Astuti di tahun 2018, dengan judul Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa, menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap pola konsumsi. Hal ini terjadi karena gaya hidup seseorang selalu mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan zaman yang semakin modern. Di zaman yang semakin modern dan serba canggih seperti sekarang ini tidak menutup kemungkinan seseorang untuk terlihat lebih baik dari yang lainnya. Hal inilah yang membuat semakin beragamnya kebutuhan seseorang seperti konsumsi non makanan yaitu kebutuhan penunjang penampilan ataupun yang lainnya. Seseorang yang berpenghasilan rendah dapat memiliki tingkat pengeluaran yang tinggi jika orang itu menyukai gaya hidup yang mewah.

3. Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik F_{hitung} sebesar 50,268 dan F_{tabel} sebesar 3,09 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,268 > 3,09$). Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa

variabel pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama memiliki pengaruh yang simultan terhadap pola konsumsi masyarakat.

Hasil uji determinan R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai determinan sebesar 0,509 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi adalah sebesar 50,9% sedangkan sisanya 49,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa dari ketiga variabel yang signifikan tersebut, ternyata variabel gaya hidup pada indikator aktivitas yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pola konsumsi masyarakat. Hal ini juga terbukti dari angka koefisien gaya hidup yang paling besar yaitu 0,534, dengan angka t_{hitung} yang paling besar 7,937 dan angka probabilitas terkecil 0,000.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasnira di tahun 2017, dengan judul Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah, menyatakan bahwa Pendapatan dan Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap pola konsumsi yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan dan gaya hidup masyarakat maka pola konsumsi akan berubah begitu juga sebaliknya.

Hal ini sejalan dengan teori siklus hidup yang menyatakan bahwa konsumsi seseorang dipengaruhi masa dalam siklus hidupnya, dimana pola konsumsi seseorang terbagi menjadi 3 bagian. Bagian pertama yaitu dari seseorang berumur nol tahun hingga berusia tertentu dimana orang tersebut dapat menghasilkan pendapatan sendiri. Bagian kedua yaitu dimana seseorang berusaha kerja (dapat menghasilkan pendapatan sendiri) hingga ia tepat pada saat berusia tidak bisa bekerja lagi. Bagian ketiga yaitu ketika seseorang pada usia tua dimana orang tersebut tidak mampu lagi menghasilkan pendapatan sendiri. Hal tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang tergantung dimana posisi siklus hidupnya saat itu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan, maka H_{a1} diterima dan H_0 ditolak.
2. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan, maka H_{a2} diterima dan H_0 ditolak.
3. Berdasarkan Uji F pendapatan dan gaya hidup secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat kecamatan Medan Perjuangan, Maka H_{a3} diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya melihat masih banyaknya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini sekiranya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi. Serta diharapkan agar bisa mengembangkan model analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat di kecamatan Medan Perjuangan dengan menyertakan variabel yang lebih kompleks seperti, faktor ekonomi dan faktor non-ekonomi. Penelitian yang bersifat kualitatif juga perlu dilakukan sehingga kompleksitas dari hasil penelitian diharapkan dapat lebih signifikan dalam memperkirakan dan menjelaskan analisa faktor-faktor yang

mempengaruhi pola konsumsi masyarakat di Kecamatan Medan Perjuangan.

2. Bagi pihak lain atau masyarakat agar lebih memperhatikan perilaku dalam melakukan kegiatan konsumsi terutama bagi masyarakat muslim yang mempunyai syari'at dari sang penciptanya yang wajib untuk dipatuhi. Kebutuhan pokok yang harus dipenuhi dan tidak mementingkan keinginan semata yang akhirnya akan masuk ke dalam sifat mubazir atau boros. Adanya pendapatan yang melebihi kebutuhan dan gaya hidup masyarakat sekitar yang memiliki gaya hidup hedonis harusnya tidak menjadikan umat muslim terpengaruh dan ikut serta mengikuti perilaku masyarakat yang konsumtif dan senantiasa berpegang teguh terhadap ajarannya yaitu Islam, yang melarang perbuatan berlebih-lebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adesy, Fordebi. *Ekonomi dan Bisnis Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2016.
- Agencie, Victory. *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid 7*. Kuala Lumpur: Victory Agence. 2013.
- Agus, Sujanto. *et.al. Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Aksara Baru. 2007.
- Al-Arif, M. Nur Arianto. dan Euis Amalia. *Teori Mikro Ekonomi "Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional"*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Al-Maragi, Ahmad Mustafa. *Terjemah Tafsir Al-Maragi Juz 1*. Semarang: Karya Toha Putra. 1987.
- Ambarwati, Yusi. dan Ranni Merli Safitri. "Hubungan Antara Kepribadian Narsistik dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Yogyakarta". dalam *Jurnal ISSN, Vol. 2 No. 2 September*. 2011.
- Amstrong, Gary. dan Philip Kotler. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo. Jilid 1. 2002.
- Aprilia, Lisa. "Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan terhadap Pola Konsumsi Rumah tangga Miskin dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Skripsi*. Universitas Negeri Raden Intan Lampung. 2018.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Cet. 10. 1996.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi Ke VI*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Astuti, Tri Puji.. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa", Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2018
- Azharina, Rizky. "Penggunaan *Blackberry* dalam Pembentukan Gaya Hidup Siswa MAN 4 Jakarta". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2011.
- Azis, Muhammad Abdul. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2003-2007*. *Skripsi*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2009.

- Badan Pusat Statistik. *Kecamatan Medan Perjuangan dalam Angka 2018*. Katalog 1102001.1275.160.
- Badan Pusat Statistik. *Indikator Kesejahteraan Rakyat Kota Medan 2017/2018*. Katalog: 4102004.1275.
- Chapra, Umar. *Islam dan Tantangan Ekonomi Islamisasi Ekonomi Kontemporer*. Surabaya: Risalah Gusti. Cet. I. 1999.
- Damsar. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 1997.
- Danil, Mahyu. "Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireuen". dalam *Journal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen Aceh*, Vol. IV No. 7: 9.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta Timur: Darus Sunnah. Cet. 17. 2014.
- Dpbs dan P3EI-UII. *Teks Book Ekonomi Islam*. Jakarta: Universitas Islam Indonesia. 2007.
- Dumairy. *Perekonomian Indonesia*. Yogyakarta: Erlangga. 1999.
- Engel, James F. *et.al. Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara. Cet. 6. 1994.
- Fatma, Yulia. *Pola Konsumsi dan Gaya Hidup Sebagai Faktor resiko Terjadinya Hipertensi Pada Nelayan Di Kabupaten Bintan, Provinsi kepulauan Riau Tahun 2009*. Tesis. Yogyakarta: UGM, 2010.
- Harahap, Isnaini. *et.al., Hadis-hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Hartanto, Putu Hendry Ryan. "Pengaruh gaya Hidup, Kelompok Acuan, dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Salon di Kota Yogyakarta". *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. 2016.
- Hasnirah. "Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar". *Skripsi*. Universitas Alauddin Makassar. 2017.
- Indriani, Lia. "Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. 2015.
- Iskandar. Implementasi Teori Hirarki Kebutuhan Abraham Maslow Terhadap Peningkatan Kinerja Pustakawan. dalam *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*. Vol. 4 No.1. 2016.

- K, Amiruddin. *Ekonomi Mikro “Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional”*. Cet. 1; Alauddin University Press. 2013.
- Kara, Muslimin. *et.al. Pengantar Ekonomi Islam*. Alauddin University Press. 2009.
- Khozanah, Ummi. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Dalam Pandangan Islam “Survei Pada Pengurus dan Anggota Asbisindo di Jawa Bara”*. Universitas Pendidikan Indonesia. 2014.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi; bagaimana meneliti & Menulis Tesis?*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama. 2009.
- Mankiw, N. Gregory. *Principles of Economics “Pengantar Ekonomi Mikro”*. Jakarta: Salemba Empat. 2007.
- Marbun, BN. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. 2003.
- Mulyani, Sri. *Pola Konsumsi Non Makanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta: 2015.
- N. Gregory, Mankiw. *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta: Salemba Empat. 2012.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Et.al. Penganalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Nejatullah, Muhammad. *The Economic enterprise*, terj. Anas Sidik, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. Jakarta: Bumi Aksara. Cet. 2. 1996.
- Nuriah, Silvia. *Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Image Terhadap Konsumsi*. Makalah. Oktober. 2014.
- Pujiyono, Arif. *Teori Konsumsi Islam*. Dalam *Jurnal Dinamika Pembangunan*. Vol. 3. No. 2. 2006.
- Raudhah. *“Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Perilaku Konsumsi Sepeda Motor Pasca Tsunami Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Studi Kasus di Desa Lambaro Skep Aceh”*. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2008.
- Reksoprayitno, Soediyono. *Ekonomi Makro “Analisa IS-LM dan Permintaan-Penawaran Agregatif”*. Yogyakarta: Liberty. 1992.

- Reksoprayitno. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika. 2004.
- Restiyani, Tika. *Pola Konsumsi Rumah Tangga Pekerja Pembuat Lanting Di Desa Lemah Dhuwur Kecamatan Kuwarasan kabupaten Kebumen. Skripsi*. Yogyakarta: Perpustakaan FISE UNY. 2010.
- Riduwan. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- Riduwan. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistik*. Bandung: Alfabeta. 2007.
- Ridwan, M., dkk. *Keputusan Pembelian Situs Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri, Medan 2018.
- Rihda, Akram. *Pintar Mengelola Keuangan Keluarga Sakinah*. Solo: Tayiba Media. Cet. 1. 2014.
- Ristiayanti, Prasetyo. dan John Ihalauw, J.O.I. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset. 2006.
- Ritonga, Haroni Doli H. *Pola Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. dalam *Jurnal Ekonomi*. Vol. 13, No. 3, 3 Juli. 2010.
- Rosyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2014.
- Samuelson, Paul A. dan William D Nordhaus. *Ilmu Mikroekonomi, Ed. 17*. Jakarta: Media Global Edukasi. 2003.
- Sarwono. *Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*. dalam *Jurnal Inovasi Pertanian*. Vol. 8. No. 1. 2009.
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2000.
- Soekartawi. *Faktor-Faktor Produk*. Jakarta: Salemba Empat. 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Suharso, Puguh, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis; Pendekatan Filosofi dan Praktik*. Jakarta: Indeks. 2009.
- Sukirno, Sadono. *Makroekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers. 2010.
- Sukirno, Sadono. *Pengantar Teori Makroekonomi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 1999.

- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia. Ed. 2. 2011.
- Suparmoko, M. 2011. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.
- Susanto, Angga Sandy. “Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup)”. dalam *Jurnal JIBEKA*. Vol. 7 No. 2 Agustus. 2013.
- Sutanti. *Analisis Konsumsi Masyarakat Propinsi Sumatera Utara. Tesis*. Universitas Negeri Medan. 2011.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2002.
- Syaikh, Abdullah Muhammad Alu. *Tafsir Ibnu Katsir*. Pustaka Imam Asy-Syafi’i. Cet. I. 2009.
- Tarigan, Azhari Akmal. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan: Febi Uin-Su Press. 2016.
- Tiurma, Yustisi Sari. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri. Skripsi*. Universitas Sumatera Utara. 2009.
- Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Grafindo Persada. 2011.
- Uyanto, Stanislaus S. *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2006.
- Wardani, Meida Devi. *Hubungan Antara Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. Skripsi*. Universitas Sebelas Maret Surakarta. 2009.

KUESIONER/ANGKET PENELITIAN
PENGARUH PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP POLA
KONSUMSI MASYARAKAT KECAMATAN MEDAN PERJUANGAN

Assalamu'alaikum
Disela-sela kesibukan bapak/ibu, sudilah kiranya
menuangkan respon anda pada daftar pernyataan
dibawah ini. Kerjasama anda merupakan
penghargaan yang sangat besar dan merupakan
keperdulian anda dalam memberikan sumbangan
informasi untuk pihak terkait.
(Seluruh respon saudara/saudari dijamin
kerahasiaannya).

Petunjuk !

1. Pernyataan di bawah ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka menyusun TAS (Tugas Akhir Skripsi).
2. Isilah identitas responden padalembar yang telah disediakan
3. Berilah penilaian pada kuesuioner sesuai dengan saudara/i alami dan ketahui padalembar **Daftar Pertanyaan Kuesioner**
4. Berilah tanda centang (√)pada kolom pilihan jawaban
5. Keterangan penilaian :

Keterangan	Arti	Bobot
SS	SangatSetuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	TidakSetuju	2
STS	SangatTidakSetuju	1

A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Usia : Tahun
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
4. Pendidikan Terakhir : ☐ SD ☐ SMP/MTs
☐ SMA/SMK ☐ Diploma/Sarjana
5. Jenis Pekerjaan : ☐ CPNS ☐ Pegawai Swasta

- ☐ Pengusaha ☐ Karyawan
☐ Petani ☐ TNI/POLRI
☐ Buruh ☐ Peternak
☐ Guru ☐ Wiraswasta
☐ Lain-lain.....(sebutkan)

6. Pendapatan perbulan

- ☐ <1.000.000
☐ > 1.000.000 – 2.000.000
☐ >2.000.000 – 3.000.000
☐ >3.000. 000

B. Instrumen Penelitian

Pendapatan

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1	Pendapatan yang diperoleh sesuai dengan harapan dan mencukupi kebutuhan sehari-hari					
2	Pendapatan yang saya terima lebih banyak digunakan untuk konsumsi non-makanan daripada konsumsi makanan					
3	Untuk menambah pendapatan saya melakukan kerjaan sampingan lainnya					
4	Saya akan menambah konsumsi ketika pendapatan saya bertambah					
5	Pendapatan bertambah digunakan untuk konsumsi daripada menabung					
6	Pendapatan yang saya peroleh cukup atau berlebih saya sisihkan untuk sadaqah					

Gaya Hidup

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
7	Saya menghabiskan waktu luang dengan cara berbelanja					
8	Saya berbelanja untuk mengikuti keinginan daripada kebutuhan					
9	Saya tertarik membeli sesuatu yang sedang <i>trend</i> agar terlihat menarik					
10	saya suka membeli sesuatu walaupun tidak sesuai dengan kebutuhan					
11	Rasa percaya diri saya meningkat ketika membeli dan menggunakan produk mahal					
12	Berbelanja atau mengkonsumsi dapat meningkatkan citra diri yang saya miliki					

Pola Konsumsi

No	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
13	Mengkonsumsi makanan pokok merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi					
14	Menggunakan pakaian sesuai kebutuhan dalam beraktivitas					
15	Saya memiliki kendaraan pribadi untuk bekerja					
16	Saat pendapatan berlebih saya gunakan untuk mengkonsumsi makanan yang bergizi					
17	Saya menghabiskan uang untuk mengkonsumsi kebutuhan bukan makanan seperti rekreasi, berbelanja pakaian, tas, dan aksesoris lainnya.					
18	Saya lebih memilih kendaraan yang terkenal <i>merknya</i>					

LAMPIRAN

SKOR TOTAL VARIABEL PENDAPATAN (X₁)

No.	No. Item Pertanyaan						Skor Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	4	5	5	4	4	27
2	4	4	4	4	2	4	22
3	5	4	5	5	4	5	28
4	5	4	4	4	5	4	26
5	5	5	4	4	4	5	27
6	5	5	3	5	4	3	25
7	4	2	4	5	4	4	23
8	4	2	5	4	4	5	24
9	4	2	3	4	3	3	19
10	4	2	5	4	5	5	25
11	4	2	3	4	4	3	20
12	5	5	5	5	4	5	29
13	5	2	1	5	5	4	22
14	5	5	4	5	4	5	28
15	3	2	3	3	4	4	19
16	5	5	5	4	5	4	28
17	4	5	4	5	4	5	27
18	5	5	4	5	4	5	28
19	4	5	4	4	4	5	26
20	4	5	5	5	4	4	27
21	5	3	5	5	2	4	24
22	5	5	5	5	5	4	29
23	4	3	5	5	5	2	24
24	4	1	5	4	4	4	22
25	5	1	5	5	5	4	25
26	5	1	4	5	4	4	23
27	5	5	5	4	4	4	27
28	5	3	5	5	3	5	26
29	5	5	5	5	2	4	26
30	4	4	5	4	5	5	27
31	4	3	1	4	1	1	14
32	4	3	5	4	1	5	22
33	4	5	5	4	1	4	23
34	5	2	5	5	4	5	26
35	4	2	5	4	3	5	23

36	5	2	4	5	5	4	25
37	4	2	4	4	3	4	21
38	5	4	4	5	4	4	26
39	5	2	4	5	4	4	24
40	5	2	4	5	4	4	24
41	4	2	5	4	4	5	24
42	5	5	4	5	5	4	28
43	4	2	4	4	4	4	22
44	3	4	2	3	4	5	21
45	3	5	4	3	5	4	24
46	5	2	2	5	5	1	20
47	5	3	2	5	4	4	23
48	2	5	4	4	5	4	24
49	5	3	5	5	3	5	26
50	2	4	5	4	4	5	24
51	4	5	4	4	4	4	25
52	4	4	4	4	5	4	25
53	2	5	4	5	4	4	24
54	3	4	3	3	4	3	20
55	5	5	4	5	3	4	26
56	4	4	5	4	4	4	25
57	5	4	5	5	4	4	27
58	5	4	5	5	5	3	27
59	3	4	5	3	5	4	24
60	5	5	5	5	4	5	29
61	4	3	2	4	3	5	21
62	5	4	5	5	4	4	27
63	5	4	5	5	4	5	28
64	4	4	2	4	5	4	23
65	5	4	2	5	3	5	24
66	5	3	5	5	4	4	26
67	5	4	5	5	4	4	27
68	5	2	5	5	5	3	25
69	5	5	2	5	5	5	27
70	5	4	5	5	4	4	27
71	4	5	4	4	4	5	26
72	4	4	5	4	4	4	25
73	5	4	5	3	3	3	23
74	5	1	5	5	3	4	23

75	5	4	3	5	4	4	25
76	4	5	5	4	3	3	24
77	5	4	1	3	3	4	20
78	4	5	3	4	4	3	23
79	5	5	1	3	5	4	23
80	5	3	5	5	4	3	25
81	4	4	5	4	4	4	25
82	4	4	5	4	3	3	23
83	5	2	5	5	5	4	26
84	4	4	5	1	5	4	23
85	5	5	5	1	1	3	20
86	4	3	1	1	5	5	19
87	4	3	1	4	2	5	19
88	4	5	4	4	4	4	25
89	4	5	1	1	1	5	17
90	5	5	4	4	4	4	26
91	5	5	3	5	3	5	20
92	4	4	3	4	4	4	23
93	4	5	3	5	4	5	26
94	5	5	4	4	4	3	25
95	4	5	1	1	4	5	20
96	5	4	3	1	1	5	19
97	4	4	4	4	4	5	25
98	4	4	5	5	4	2	24
99	4	4	3	2	2	2	17
100	1	1	5	4	3	5	19
	436	370	396	418	380	408	2402

SKOR TOTAL VARIABEL GAYA HIDUP (X₂)

No.	No. Item Pertanyaan						Skor Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	4	3	5	4	3	5	24
2	5	3	5	4	4	4	25
3	5	4	4	5	4	2	24
4	5	4	4	4	5	3	25
5	4	5	4	5	4	3	25
6	4	2	5	3	4	2	20
7	5	4	5	4	4	3	25
8	5	4	5	5	5	2	26
9	5	4	5	3	4	4	25
10	4	5	4	5	4	4	26
11	5	5	5	3	5	4	27
12	4	5	4	3	3	4	23
13	5	4	5	4	3	4	25
14	4	2	3	4	4	3	20
15	4	5	4	3	4	3	23
16	4	5	4	4	2	4	23
17	4	5	4	4	4	2	23
18	4	5	4	4	4	3	24
19	4	5	5	2	4	3	23
20	4	5	4	4	5	2	24
21	5	4	4	4	2	4	23
22	5	5	5	4	5	4	28
23	4	5	4	5	3	2	23
24	4	5	4	4	4	5	26
25	4	4	5	3	4	4	24
26	5	4	4	4	4	4	25
27	4	4	4	4	5	4	25
28	4	5	3	5	3	3	23
29	5	5	3	4	2	5	24
30	5	4	5	5	5	5	29
31	3	4	5	4	5	4	25
32	4	5	4	5	3	3	24
33	5	5	5	4	4	3	26
34	5	4	5	5	4	4	27
35	5	4	4	5	3	4	25

36	3	3	3	4	3	4	20
37	3	4	5	4	3	3	22
38	4	5	4	4	4	3	24
39	5	5	4	4	4	3	25
40	4	4	5	4	4	3	24
41	4	5	3	5	4	4	25
42	5	4	4	4	5	4	26
43	3	4	5	4	4	4	24
44	5	4	4	5	4	4	26
45	5	4	5	4	4	4	26
46	4	4	5	1	4	4	22
47	4	4	5	4	4	5	26
48	5	5	4	4	5	4	27
49	5	4	4	5	3	4	25
50	3	5	4	5	4	3	24
51	4	3	5	4	5	3	24
52	5	4	5	4	5	4	27
53	2	4	5	4	4	4	23
54	4	3	5	3	4	4	23
55	3	4	4	4	3	5	23
56	5	3	4	4	4	5	25
57	5	2	4	4	4	5	24
58	5	3	4	3	3	3	21
59	5	4	5	4	4	3	25
60	5	3	5	5	4	2	24
61	2	1	5	5	3	4	20
62	4	3	3	4	4	4	22
63	4	3	4	5	4	5	25
64	4	2	4	4	5	4	23
65	4	2	3	5	3	4	21
66	5	3	4	4	4	3	23
67	5	4	5	4	4	3	25
68	4	5	5	3	5	3	25
69	4	3	3	4	5	4	23
70	5	2	1	4	4	2	18
71	4	5	4	4	2	3	22
72	5	4	5	5	4	4	27
73	4	4	5	3	3	4	23
74	4	2	5	4	3	4	22

75	4	5	4	4	4	4	25
76	4	5	4	3	3	4	23
77	4	5	4	4	3	3	23
78	4	4	3	3	4	5	23
79	5	4	5	4	5	4	27
80	5	4	4	3	4	4	24
81	4	3	4	3	4	4	22
82	5	4	4	3	3	4	23
83	5	5	4	4	5	3	26
84	5	4	4	4	5	4	26
85	5	4	5	3	4	5	26
86	4	5	4	3	4	4	24
87	4	4	4	5	2	5	24
88	4	4	5	3	4	5	25
89	5	5	4	5	4	5	28
90	3	4	3	4	3	4	21
91	3	4	5	5	5	5	27
92	3	4	3	4	3	4	21
93	2	4	4	5	5	5	25
94	3	4	3	4	3	4	21
95	3	3	3	2	2	2	15
96	3	4	3	4	3	4	21
97	5	5	5	5	5	3	28
98	3	4	3	4	3	4	21
99	3	3	3	3	3	5	20
100	3	4	3	4	3	4	21
	419	399	418	398	383	374	2391

SKOR TOTAL VARIABEL POLA KONSUMSI (Y)

No.	No. Item Pertanyaan						Skor Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	4	4	5	3	26
2	4	5	4	4	5	2	24
3	5	5	5	3	5	2	25
4	5	5	5	3	5	3	26
5	5	5	4	5	4	3	26
6	5	4	4	4	4	2	23
7	4	5	5	4	5	3	26
8	4	5	4	5	4	5	27
9	4	5	2	4	5	4	24
10	4	4	5	4	4	5	26
11	4	4	4	4	5	4	25
12	5	4	5	4	5	4	27
13	4	5	4	5	4	4	26
14	5	5	4	4	4	3	25
15	3	4	4	5	3	3	22
16	4	4	5	4	4	5	26
17	4	5	4	4	4	5	26
18	5	4	5	5	5	3	27
19	4	3	5	4	5	5	26
20	4	5	5	4	4	2	24
21	5	5	4	3	5	4	26
22	5	5	5	4	5	4	28
23	4	4	4	5	4	3	24
24	4	4	5	5	5	4	27
25	5	4	4	4	4	4	25
26	5	5	5	4	5	4	28
27	5	5	4	4	5	4	27
28	5	4	4	2	5	3	23
29	5	4	4	4	4	5	26
30	4	5	4	4	4	5	26
31	4	4	4	4	3	2	21
32	4	5	4	4	5	3	25
33	4	4	4	4	4	3	23
34	5	4	4	5	4	4	26
35	4	5	3	5	4	4	25

36	5	4	5	2	4	2	22
37	4	5	5	5	4	3	26
38	5	5	4	5	4	3	26
39	5	5	5	1	5	3	24
40	5	5	5	4	4	3	26
41	4	4	4	5	4	4	25
42	5	5	5	5	5	4	29
43	4	4	5	3	4	4	24
44	3	5	4	4	4	4	24
45	3	4	3	4	5	4	23
46	4	5	4	5	4	4	26
47	5	4	4	4	5	5	27
48	5	4	5	5	4	4	27
49	5	5	4	5	4	4	27
50	4	4	4	5	4	3	24
51	4	5	5	4	5	3	26
52	4	5	4	4	5	4	26
53	2	3	4	3	5	5	22
54	3	4	5	5	3	4	24
55	5	4	4	3	4	5	25
56	4	4	3	5	3	5	24
57	5	4	5	4	4	4	26
58	4	4	3	5	5	3	24
59	3	5	2	2	5	3	20
60	5	5	4	2	4	2	22
61	4	4	5	1	4	2	20
62	4	5	5	2	5	4	25
63	5	5	4	4	4	5	27
64	4	3	5	3	5	3	23
65	5	4	3	4	4	4	24
66	5	5	4	2	5	3	24
67	5	4	4	4	4	3	24
68	4	4	5	4	5	3	25
69	4	5	4	5	3	4	25
70	5	4	3	3	5	2	22
71	4	4	5	4	4	3	24
72	4	5	5	3	3	4	24
73	5	4	3	3	5	3	23
74	4	5	4	2	4	4	23

75	3	4	5	3	5	4	24
76	4	4	4	5	4	3	24
77	3	4	4	4	5	3	23
78	4	3	5	4	3	5	24
79	5	4	4	3	5	4	25
80	5	4	3	4	4	4	24
81	4	3	4	4	5	3	23
82	3	4	5	4	4	4	24
83	5	4	4	3	3	3	22
84	3	3	4	5	4	4	23
85	5	4	4	4	3	4	24
86	4	3	5	4	4	3	23
87	4	4	3	4	3	4	22
88	4	4	4	5	4	4	25
89	3	5	4	5	4	3	24
90	4	4	3	4	3	4	22
91	3	4	4	5	4	5	25
92	3	4	3	4	3	4	21
93	2	4	4	5	4	5	24
94	3	4	3	4	3	4	21
95	3	3	3	2	2	2	15
96	3	4	3	4	3	4	21
97	5	5	5	5	4	3	27
98	3	4	3	4	3	4	21
99	3	3	3	3	3	5	20
100	3	4	3	4	3	4	21
	416	430	412	392	417	364	2431

OUTPUT DATA SOFTWARE SPSS VERSI 22

Hasil Output Uji Validitas Variabel Pendapatan (X₁)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.039	.045	.320**	.015	-.056	.391**
	Sig. (2-tailed)		.702	.660	.001	.886	.578	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.039	1	-.066	-.152	-.039	.088	.340**
	Sig. (2-tailed)	.702		.516	.131	.701	.386	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.045	-.066	1	.341**	.093	.030	.590**
	Sig. (2-tailed)	.660	.516		.001	.355	.764	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.320**	-.152	.341**	1	.264**	-.027	.592**
	Sig. (2-tailed)	.001	.131	.001		.008	.790	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.015	-.039	.093	.264**	1	.007	.492**
	Sig. (2-tailed)	.886	.701	.355	.008		.948	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	-.056	.088	.030	-.027	.007	1	.301**
	Sig. (2-tailed)	.578	.386	.764	.790	.948		.002
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.391**	.340**	.590**	.592**	.492**	.301**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.002	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Output Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X₂)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.113	.203*	.039	.247*	-.120	.526**
	Sig. (2-tailed)		.263	.043	.703	.013	.235	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.113	1	.087	.028	.051	-.094	.465**
	Sig. (2-tailed)	.263		.389	.782	.615	.350	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.203*	.087	1	-.077	.327**	.026	.553**
	Sig. (2-tailed)	.043	.389		.447	.001	.801	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.039	.028	-.077	1	.057	-.008	.358**
	Sig. (2-tailed)	.703	.782	.447		.571	.937	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.247*	.051	.327**	.057	1	-.063	.581**
	Sig. (2-tailed)	.013	.615	.001	.571		.531	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	-.120	-.094	.026	-.008	-.063	1	.276**
	Sig. (2-tailed)	.235	.350	.801	.937	.531		.006
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.526**	.465**	.553**	.358**	.581**	.276**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.006	
	N	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Output Uji Validitas Variabel Pola Konsumsi (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
P1	Pearson Correlation	1	.311**	.239*	-.116	.282**	-.210*	.501**
	Sig. (2-tailed)		.002	.017	.249	.004	.036	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.311**	1	.072	.023	.237*	-.133	.469**
	Sig. (2-tailed)	.002		.474	.817	.017	.187	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.239*	.072	1	-.028	.252*	-.087	.499**
	Sig. (2-tailed)	.017	.474		.779	.011	.388	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	-.116	.023	-.028	1	-.166	.267**	.452**
	Sig. (2-tailed)	.249	.817	.779		.100	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.282**	.237*	.252*	-.166	1	-.124	.481**
	Sig. (2-tailed)	.004	.017	.011	.100		.220	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	-.210*	-.133	-.087	.267**	-.124	1	.336**
	Sig. (2-tailed)	.036	.187	.388	.007	.220		.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.501**	.469**	.499**	.452**	.481**	.336**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Output Uji Realibilitas (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.263	6

Hasil Output Uji Realibilitas (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.248	6

Hasil Output Uji Realibilitas (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.210	6

Uji Normalitas

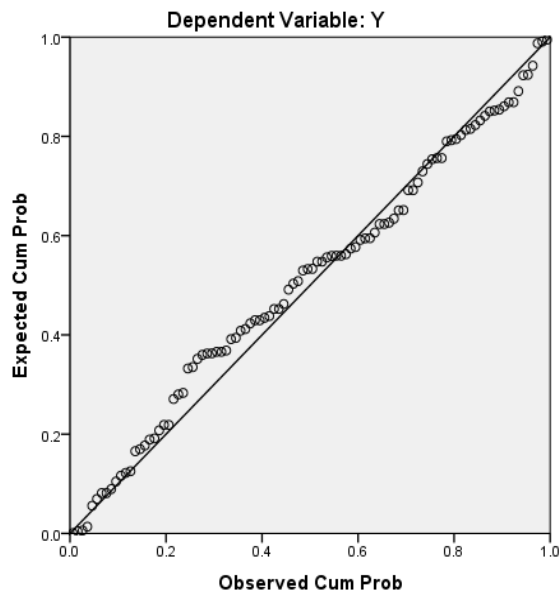
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	24.3100000
	Std. Deviation	1.53343058
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.061
	Negative	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		1.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.210

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Multikolinearitas

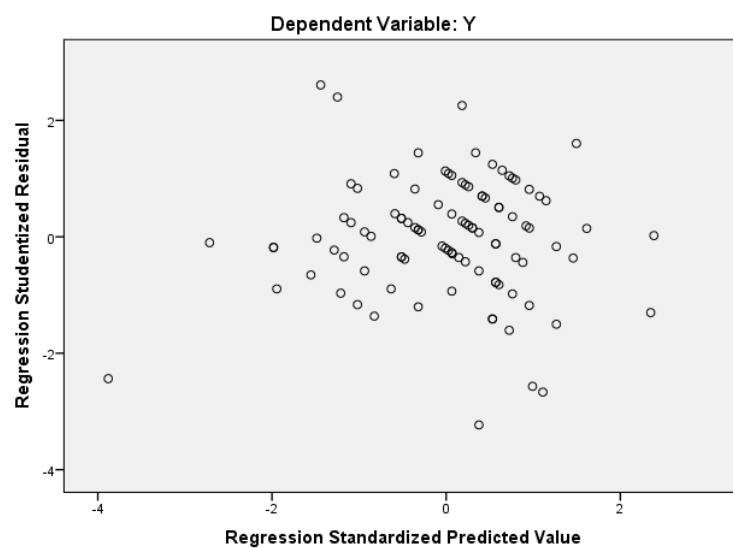
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.430	1.989		2.227	.028		
	X1	.296	.052	.407	5.712	.000	.997	1.003
	X2	.534	.067	.565	7.937	.000	.997	1.003

a. Dependent Variable: Y

Uji Heterokedastisitas

Scatterplot



Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.430	1.989		2.227	.028		
X1	.296	.052	.407	5.712	.000	.997	1.003
X2	.534	.067	.565	7.937	.000	.997	1.003

a. Dependent Variable: Y

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	232.790	2	116.395	50.268	.000 ^b
	Residual	224.600	97	2.315		
	Total	457.390	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Uji R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 ^a	.509	.499	1.522

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.430	1.989		2.227	.028		
X1	.296	.052	.407	5.712	.000	.997	1.003
X2	.534	.067	.565	7.937	.000	.997	1.003

a. Dependent Variable: Y